

# Trabajo Final de Máster

## Estrategia y Creatividad Digital

[www.uabcom.com](http://www.uabcom.com)

2016/2017

La medicina “like”.

**Autor/a**

Patricia Romero

**Dirección**

Dr Manel Vinyals

## Resumen

### Esp.

Venezuela afronta dificultades económicas, políticas y sociales. Actualmente, padecer una enfermedad en el país supone un calvario para muchos, ya que, la nación atraviesa una crisis humanitaria que conlleva una batalla extra contra algún padecimiento. Las redes sociales, se presentan como la opción más idónea para dar a conocer la realidad, son la voz de la información ante el menguado silencio de los medios de comunicación tradicionales. Instagram, por su parte, cuenta con un crecimiento abrumador de usuarios en los últimos años; y es el social network utilizado para informar sobre el día a día de pacientes con alguna patología. Son pocos los estudios sobre este fenómeno. Es por esta razón que nuestra investigación pretende analizar Instagram cómo herramienta para dar a conocer casos médicos en Venezuela, además de las características principales de los perfiles de estas personas, los conceptos ligados a la acción colectiva para la solución de las necesidades médicas y corroborar si Instagram es una herramienta útil para difundir sobre la realidad.

**Palabras claves:** Venezuela, crisis en Venezuela, Redes sociales, Instagram, necesidades, acción colectiva.

### Eng.

Venezuela faces economic, political and social difficulties. Currently, suffering a disease in the country is an agony for many, as the nation is going through a humanitarian crisis that carries an extra battle against adversity. Social networks are presented as the best option to make reality known, those are the voice of information since the dwindling silence of the traditional media. Instagram, for its part, has an overwhelming growth of users in recent years; And is the social network used to report on the day-to-day of patients with some pathology. There are few studies on this phenomenon. It is for this reason that our research aims to analyze Instagram as a tool to publish medical cases in Venezuela, on the other hand, recognize the main characteristics of the patients' profiles, the concepts linked to collective action for the solution of medical needs and corroborate if Instagram is a useful tool to spread about reality.

**Keywords:** Venezuela, crisis, Social networks, Instagram, needs.



### Patricia Romero

Venezolana, curiosa por naturaleza, aficionada a la actualidad amante de la libertad, y apasionada al marketing digital

Patricia\_r28@hotmail.com

## Índice.

	<b>Pág.</b>
<b>1. Introducción</b>	<b>1</b>
<b>2. Objetivos</b>	
2.1 Objetivo General	<b>2</b>
2.2 Objetivos Específicos	<b>2</b>
<b>3.Estado en Cuestión</b>	
3.1 Necesidades y Acción Colectiva	<b>3</b>
3.2 Participación Ciudadana	<b>6</b>
3.3 Credibilidad y Confianza	<b>7</b>
3.4 Análisis de Sentimientos: Emociones/Racionalidad	<b>8</b>
<b>4.Medios de comunicación</b>	<b>9</b>
4.1 Redes Sociales	<b>10</b>
4.1.1 Instagram	<b>10</b>
4.1.2 Participación ciudadana en las nuevas tecnologías	<b>13</b>
<b>5. Venezuela</b>	
5.1 Venezuela y la situación actual	<b>13</b>
5.2 Venezuela y las redes sociales.	<b>14</b>
5.3 Venezuela y la crisis hospitalaria	<b>15</b>
<b>6. Metodología</b>	<b>16</b>
6.1 Análisis de contenido (selección)	<b>18</b>
6.2 Parámetros	<b>19</b>
<b>7. Desarrollo</b>	<b>22</b>
<b>8.Análisis</b>	<b>53</b>
8.1 Análisis de contenido y resultados	
8.2 Entrevistas	<b>63</b>
8.3 Encuestas	<b>66</b>
8.4 Casos de estafas	<b>68</b>
<b>9. Conclusiones</b>	<b>72</b>
<b>10. Discusión</b>	<b>75</b>
<b>11. Anexos</b>	<b>76</b>
<b>12. Bibliografía</b>	<b>89</b>



## **1.-Introducción**

La aparición de las nuevas formas de información arribadas con el desarrollo del internet, ha influido en el levantamiento de diferentes movimientos sociales, los cuales se han entrelazado a las redes sociales, y han supuesto un crecimiento paulatino, que ha contribuido en las acciones solidarias y sostenido vínculos emocionales entre diferentes individuos.

Nos encontramos en un momento de revolución, o la mejor llamada era del Internet, la cual ha traído a escena nuevos espacios de comunicación, lo que ha supuesto impactantes cambios a la hora de interactuar. Diariamente nos tropezamos con el intercambio de ideas e interactividad (a través de pantallas) y entre personas. Todo gracias a las redes sociales.

Estos nuevos motores de comunicación permiten reducir la brecha en las distancias, participar de manera más instantánea, viralizar informaciones y mostrar a un ciudadano más comprometido. Si bien, las redes sociales se han presentado cómo las protagonistas de los últimos años, han sido por muchos autores consideradas un arma de doble filo, ya que pone en tela de juicio la veracidad de la información que transmiten y la fuente de donde provienen.

Es en este momento donde los usuarios tienen el control de la información y son ellos quienes deciden qué tipo de contenido desean difundir. Muchas son las personas que buscan, dar a conocer su actividad social a través de ellas. Pero basta con indagar un poco y conocer, que en la actualidad no sólo los social networks son empleados para compartir las formas de vida, sino que han producido un revuelo en la acción colectiva y la participación ciudadana. Con esto nos referimos a que no únicamente las personas comparten sobre trivialidades sino que cada día son más evidentes las obras solidarias que se fungen a través de ellas.

En Venezuela, las redes sociales han servido de voz en todos los ámbitos. Es posible evidenciar como denuncias, noticias, información, servicios públicos, estados de ánimos, protestas, alegrías y tristezas son compartidas a través de estas herramientas. Un “like”, un repost o un comentario pueden ser factores determinantes para la vida de una persona. ¿Qué, suena exagerado?, pues a continuación en la siguiente investigación, atestiguaremos, lo que supone la Red Social Instagram en el área de salud en Venezuela: La medicina “like”.

## **2.-Objetivos**

### **2.1Objetivo General**

Análisis de la red social Instagram como herramienta para dar a conocer casos médicos en Venezuela en el año 2017.

### **2.2Objetivos Específicos**

- Sintetizar los contenidos teóricos-conceptuales sobre acciones sociales.
- Describir las características de los perfiles de niños y adolescentes con alguna patología.
- Analizar el contenido compartido en Instagram de perfiles de niños y adolescentes.
- Analizar la acción colectiva para la solución de problemas en los perfiles.
- Determinar si Instagram es una herramienta útil para dar a conocer los casos.

### **Justificación**

Dicha investigación surge a partir de intereses y experiencias personales, en primer lugar, por ser venezolana y el provecho de poder encontrar alguna respuesta objetiva, al fenómeno de las redes sociales en el país. En segundo lugar, la selección de Instagram se realizó, ya que actualmente es la red que cuenta con mayor popularidad en Venezuela, pues, las conexiones a internet suelen ser lentas y en comparación con Facebook el contenido carga más rápido. Por otra parte, al ser una herramienta de fotos y videos (de corta duración) los utillajes de color y filtro aportan efectos llamativos a las imágenes (siendo lo que generan más engagement dentro de las redes sociales en el país)<sup>1</sup>, además que el texto descriptivo, es mayor su número de caracteres a comparación con Twitter. En tercer lugar, Venezuela atraviesa una coyuntura política, económica y social, en donde el desabastecimiento de alimentos, medicamentos, la galopante inflación, al alto índice delictivo, la centralización de las instituciones y los continuos enfrentamientos entre el gobierno y la oposición, han sido los caldos de cultivo para despertar en la población un profundo grado de malestar, dando pie a movimientos sociales. Es dentro de este argumento que Instagram sirve de puente entre usuarios para la venta, intercambio, solicitud de distintos alimentos o medicinas. Para la selección de los conceptos, fue necesaria la

---

<sup>1</sup>Según ComScore.

exploración de artículos, asistencia a conferencias, noticias y publicaciones con la finalidad de plasmar los temas que más se adaptase a esta investigación.

### 3.-Estado en Cuestión

#### 3.1 Necesidades y Acción colectiva

A lo largo de la historia el ser humano por su sentido de supervivencia, posee necesidades, algunas básicas y evidenciables, indispensables para continuar con su desarrollo como hombre. En base a esto, autores como Maslow enfocaron sus estudios en la definición de las *necesidades*, en donde establece de manera jerárquica factores que mueven a las personas a vivir y a lograr la motivación.

“Las cinco categorías de necesidades son: fisiológicas, de seguridad, de amor y pertenencia, de estima y de auto-realización; siendo las necesidades fisiológicas las de más bajo nivel. Maslow también distingue estas necesidades en “deficitarias” (fisiológicas, de seguridad, de amor y pertenencia, de estima) y de “desarrollo del ser” (auto-realización). La diferencia particular entre una y otra se debe a que las “deficitarias” se refieren a una carencia, mientras que las de “desarrollo del ser” hacen referencia al quehacer del individuo” (Koltko 2006).

Otras teorías surgieron, en la definición de las necesidades, como es el caso de las propuestas por Galtung y Wirak (1985), quienes las definen como “las condiciones indispensables para la existencia y a las condiciones necesarias para la existencia duradera de la sociedad.” Esto quiere decir, que existen componentes imprescindibles tanto para la vida individual como colectiva. Ambos investigadores desarrollan, en categorías aquellas que creen más relevantes:

- Necesidades de seguridad (individual y colectiva).
- Necesidades de bienestar (fisiológico, ecológico y sociocultural).
- Necesidades de libertad (de movilidad política, jurídica, de trabajo y de elección).
- Necesidades de identidad (en relación con un mismo, con la naturaleza, con la sociedad).<sup>2</sup>

La propiedad de las *necesidades* es que los sujetos se ven motivados por estas, y al no ser respondidas, surgen una serie de inclinaciones en función a proporcionar soluciones a dichas necesidades, y es la causa principal que traerá consigo las conocidas demandas (particulares o sociales). En todos los países del mundo, sus ciudadanos realizan un sin fin de demandas, son definidas según la Real Academia Española como “*suplica, petición, solicitud*”, es decir, son todas aquellas solicitudes que los habitantes de un país efectuaran a las instituciones u organismos encargados de proveer respuesta. Muchos son los autores que han debatido sobre este tema, uno de

---

<sup>2</sup>Estudio de las necesidades en personas sin hogar de Valladolid.

ellos es Laclau, el cual asegura que cuando tal solicitud o demandas no son resueltas, se transforman en “demandas equivalentes” las cuales pasan a estar bajo la organización y un fin en común.

Además, es importante resaltar que las demandas sociales abarcan los derechos, de educación, trabajo, huelga, salud, seguridad social, entre otros; este es uno de los temas de los cuales, Lefort (2009) hablará en sus trabajos, ya que gracias al reconocer estos aspectos se están confirmando el estado de derecho y su respeto por las partes en mayor o menor medida. Son de forma más global, lo que se entendería como, derechos humanos o bien el respeto a los principios de la humanidad “libertad, igualdad”

Laclau sustenta al menos en dos extensiones: “como petición y como reclamo”. La primera esta perfilada a aquellas solicitudes que las personas realizan ante las organizaciones o autoridades competentes, y la segunda es la posición de reclamo que se logra y es “por lo tanto una interpelación imperativa de un agente hacia otro para satisfacer la solicitud”. (Retamozo, 2009)

Es importante mencionar que las demandas sociales vienen coligada a otros términos como los *movimientos sociales*, los cuales, atestan que “la tematización de las demandas sociales es fundamental para indagar en aspectos clave de la constitución de los movimientos. Esta relevancia es evidente si tenemos en cuenta que éstos elaboran demandas que presentan en el espacio público mediante acciones colectivas que sostienen en el tiempo y que implican procesos identitarios.”(Retamozo,2009).

En función a lo revelado por los autores, es permitido observar, como las solicitudes o exigencias son el desencadenante de acciones, movimientos, respuestas o soluciones. En donde tanto los individuos como los gobiernos, cumplen un rol a la hora de “exigir” o “resolver” las solicitudes realizadas.

Dentro de todo este contexto, surge un término trascendental, y es la *subjetividad*, la cual será definida por la Real Academia Española como “Perteneiente o relativo al modo de pensar o de sentir del sujeto, y no al objeto en sí mismo”. Es decir, las peticiones que realizan ciertas personas no obligatoriamente poseerán el mismo carácter de preeminencia para otros.

Es por este motivo que se puede definir como “la configuración y articulación de códigos de significados (presentes en la cultura) para dar (construir) sentido a una situación (interpretación). En este plano podemos considerar que es la subjetividad la que moviliza diferentes significados y dota de un sentido particular a la relación social para hacerla eje de un reclamo que se considera legítimo” (Enrique de la Garza, 2001). Por tanto y tal como asegura Garza, los ciudadanos desarrollarán operaciones para hacer solicitudes en función a sus necesidades particular.

Los **movimientos sociales**, surten a raíz de determinadas situaciones, en el que un grupo de personas definidas por un punto en común inquietan contestación a una situación social.



Una de las definiciones más distintivas es la realizada por S. Tarrow, quien alega que los movimientos sociales vienen dados por personas que comparten metas en comunes y solidaridad ante determinadas coyunturas merecedoras de cambios.

Para que un movimiento social pueda producirse es necesario, que el grupo de personas estén identificadas bajo un objetivo establecido, al mismo tiempo de surgir de manera voluntaria debe contar con una forma de organización.

Las teorías de movimientos sociales, de procesos de genética organizacional y las actividades emprendedoras que dan origen a nuevas empresas, así como el trabajo empírico de los ecologistas sobre las comunidades organizacionales y estudios de la sociedad y la ley, involucran la introducción de nuevos tipos de actores e intereses, nuevos repertorios de acciones, nuevos arreglos estructurales, e interacciones críticas entre las instituciones y los individuos.(Vargas,2003)

El levantamiento de los movimientos sociales, tal como se resume en la teoría de las identidades colectivas, comienza a partir de “desarrollar nuevas ideas o proyectos de organización social, discursos políticos, lenguajes, formas de actuación ritualizadas y simbólicas que permitan reinterpretar la realidad social, identificar al enemigo político y construir fuertes nexos de solidaridad, cohesión e identidad colectiva en el grupo.”( Henri Tajfel y John C. Turner, 1990)

La organización social es un aspecto fundamental a la hora del inicio de estos grupos, ya que, conformará el avance de una acción colectiva que consentirá a través de una idea u objetivo general alcanzar un cambio social.

Los nuevos movimientos sociales emergen, se organizan y se desarrollan en función de sus infraestructuras y capacidades para establecer ciertos códigos de comunicación que facilita la **acción colectiva** mediante una articulación tecnológica que comprime lo local con lo global. (Vargas, 2003)Del mismo modo, el autor atestigua, que la acción colectiva se desarrolla bajo la pluralidad y son las redes de reciprocidad, cooperación y compromiso, los que dan pie a una comunidad.

Algunas características de las acciones de la colectividad son las siguientes:

- Cierta grado de organización.
- Utilización para alcanzar un cambio en la sociedad.
- Idea de un aspecto social concreto o general de la realidad social.
- Pueden darse vida de manera espontánea o adoptar formas convencionales.
- Debe existir un grado de confianza en la acción humana como estimulante al cambio
- Debe tener mayor grado de conciencia ante problemas públicos y colectivos.
- Oportunidad de compararse con otras sociedades. (Soria, 1998).

“Dentro de la acción colectiva y los movimientos sociales, los grupos de apoyo formaran parte de la solidaridad, el apoyo social, el socorro mutuo, el asesoramiento técnico, táctico, legal o intelectual.”(Soria, 1998) No obstante la organización de estos movimientos tiene que estar enmarcada en objetivos comúnmente alcanzables,

además de su concisa explicación y comunicación, para de esta manera poder contar con un mayor número de simpatizantes o personas interesadas en el movimiento. Cabe destacar que la divulgación de estas acciones se debe hacer por medios de comunicación bien sea tradicionales o los nuevos como las redes sociales.

### **3.2. Participación Ciudadana.**

La participación ciudadana es uno de los aspectos ineludibles en cualquier Estado, su importancia radica en cómo intervienen de manera colectiva en actividades, solicitudes y/o demandas de interés en la comunidad.

De acuerdo a Silvia Bolos<sup>3</sup>, es utilizada “para aludir a las organizaciones cooperativas, a las asociaciones civiles, a las comunidades de autoayuda, a la organización sindical, a la gestión de las empresas, a los movimientos sociales, a las movilizaciones coyunturales de la población, a la emisión del voto, a la asistencia comunitaria, a la exhortación sistemática en los medios masivos y a las revoluciones sociales, entre otras formas de participación que emergen de los sectores de la sociedad, cualesquiera que éstos sean.” Las actividades de la participación ciudadana, es un factor clave, para reforzar las bases de cualquier Estado democrático, y no se condiciona a hechos meramente políticos, sino que trasciende a cualquier situación a la que se pretenda dar una solución.

Tal como es definido por, Merino (1995) quien explica que la participación puede distinguirse desde diferentes puntos de vista. Para él “participar, en principio, significa “tomar parte”: convertirse uno mismo en parte de una organización que reúne a más de una sola persona. Pero también significa “compartir” algo con alguien o por lo menos, hacer saber a otras algunas informaciones. De modo que participar es siempre un acto social: nadie puede participar de manera exclusiva, privada, para sí mismo. La participación no existe entre lo anacoretas, pues sólo se puede participar con alguien más; sólo se puede ser parte donde hay una organización que abarca por lo menos a dos personas.<sup>4</sup> Por tanto, el acto de participar, demanda que se fortalezcan los lazos entre los individuos con intereses comunes, unificados por una problemática a la cual pretenden darle solución; con la intención de participar de forma activa en la resolución de conflictos o situaciones que aquejen a la comunidad.

*“Al participar los ciudadanos irrumpen en el espacio público para satisfacer esas necesidades que no ha logrado el Estado”* esta frase de Guillen, A., K. Sáenz, M.H. Badii y J. Castillo resumen en mediada, el porqué del auge de la participación ciudadana, pues, son muchos los territorios en donde sus ciudadanos recurren a esta medida en el ámbito social para así poder generar mayor confianza y cohesión.

---

<sup>3</sup>Organizaciones sociales y gobiernos municipales: construcción de nuevas formas de Participación.

<sup>4</sup>Trabajo realizado por Guillen, A., K. Sáenz, M.H. Badii y J. Castillo, titulado: Origen, espacio y niveles de participación ciudadana. El cual busca dar respuestas a todas aquellas preguntas planteadas a la hora de definir la participación ciudadana.

Además, podríamos decir que la identidad colectiva, como definición interactiva, ofrece símbolos y representaciones compartidas que permiten la construcción de relatos que dinamizan la memoria colectiva, afirmando y recreando permanentemente el sentido del «nosotros(as)» (Salazar, R. D. 2012).

En consecuencia, la configuración de referentes de identidad colectiva se encuentra muchas veces asociada a la definición que el grupo realice acerca de una situación catalogada como injusta. De esta manera, a través de la vivencia de los mismos problemas y anhelos, se construye un «nosotros(as)», es decir, una identidad diferenciada de otras al definir un referente colectivo en el cual es posible percibirse compartiendo la misma situación injusta.

### **3.3.-Credibilidad y confianza:**

Muchas han sido las áreas de estudios que se han dado la tarea de definir ambos términos, desde cualquiera de sus focos, es probatorio que su definición resulta algo compleja, ya que son vistos desde distintos contextos.

La credibilidad desde su definición más genérica, se basa en su carácter de tener *confianza* en algo, dichos conceptos se encuentran entrelazados, este último es definido por la RAE como “Esperanza firme que se tiene de alguien o algo”. “Ánimo, aliento, vigor para obrar.”

Entendemos provisionalmente por credibilidad, lo característico del proceso hacia el creer, la aptitud o propiedad de algo para ser creído, aquello también en virtud o con ocasión de lo cual se produce un acto de fe o creencia. Es decir, algo esencialmente orientado al acto de creer, de tal manera que su último sentido dependerá en todo momento de lo que entendamos por creer.

Otras de las definiciones sobre credibilidad es la abstraída de los trabajos de Resina (1978), y que está relacionada con la “percepción intelectual previa al creer, el conocimiento reflejo de unas condiciones de posibilidad, que, de un modo original y peculiar, influyen o han influido.”

Ambos factores son inalienables a la hora de las personas decidir, si actúan ante una acción determinada.

Según Montero, Zmerli y Newton (2008, p.16), “existe confianza cuando A cree que B no le dañará consciente o intencionadamente, en el peor de los casos, y que tratará de actuar en su interés y protegerlo, en el mejor de los casos”.

Por lo tanto, lo que separa la credibilidad de la confianza es que se trata de una expectativa conjunta, de grupo, y que se desarrolla a través de una experiencia positiva compartida a lo largo del tiempo.

En un estudio realizado por Sanz, Ruiz y Pérez sobre el tema de confianza en entornos digitales, los autores hacen referencia al término en el área de marketing, en donde

dan cita a “la buena voluntad de depender de otra parte en la que uno tiene confianza. (Moorman, Deshpandé y Zaltman, 1993: 90).

Debido a la proliferación de la comunicación, la liquidez de los contenidos, y la réplica de la información, muchos son los objetos que se colocan en tela de juicio. Determinar la autenticidad de las informaciones compartidas, suponen un uso responsable de la propagación de las historias. Los aspectos creíbles y confiables pasan a tener relevancia a la hora de estar presentes en entornos digitales.

Actualmente, los contenidos compartidos contienen un alto grado de inexactitud, ya que, sólo se muestra una fase del contenido y la realidad tangible se vuelve efímera o dudosa, al sólo ser apreciable a través de pantallas. De aquí radica la importancia en, mencionar las fuentes o si son propias, respaldarlo con mayor información (informes, personas, testimonios) y de esta manera, diluir dudas al respecto.

Un aporte valioso realizado por Sanz, Ruiz y Pérez, es aquel concerniente a la interacción, ya que ellos apuntan a que resulta esencial a la hora de mantener la confianza, pues, es oportuno mantenerla en situaciones virtuales para así apaciguar el nivel de incertidumbre entre las personas, permitiendo formas de relación entre los involucrados.

### **3.4.-Análisis de Sentimientos: Emociones/Racionalidad.**

En todos los aspectos de la vida humana tanto las emociones como la racionalidad, son fundamentales en las decisiones diarias. Se presentan de manera subjetiva, y su interpretación radica desde perspectivas individuales. Una persona no es mejor o peor por ser “sentimental” o “racional”, sino que, dependiendo de factores, los individuos toman pasos a través de estas.

En este sentido, sería oportuno explicarlo desde su definición más integral. Muchos son los que aseguran que las emociones son las respuestas originadas tras alguna sensación, en donde también quedan involucrados los sentimientos, pues devengarán de las percepciones conscientes de nuestro cuerpo con nuestra mente y pueden ser positivos, negativos o neutros.

En cuanto a lo racional, se ve definida como aquella que obedece a juicios basados en el pensamiento y la razón.<sup>5</sup> Este aspecto ha sido centro de investigación durante muchos años, y su prevalencia en todos los ámbitos de estudios reside en las facultades que posee el ser humano para pensar y así actuar.

Aquellos que poseen preferencia *racional* tienden a tomar decisiones desde una posición más distante, considerando la decisión en cuanto a lo que es razonable, lógico, causal, consistente y se ajusta a un cierto conjunto de reglas. Mientras que aquellas personas que poseen una preferencia *emocional* tienden a tomar decisiones mediante asociarse o desarrollar empatía por la situación, tratando de verla 'desde

---

<sup>5</sup>De acuerdo al Diccionario en línea de la Universidad de Oxford <https://es.oxforddictionaries.com/definicion/racional>

adentro' y sopesando la situación de manera de alcanzar, la mayor armonía, consenso y correspondencia considerando las necesidades de las personas involucradas.<sup>6</sup>

Actualmente numerosas emociones son expuestas a través de las redes sociales, su percepción depende tanto de los protagonistas (es decir aquellos que publican) como de terceros (quienes ven la publicación), las respuestas de allí obtenidas, serán parte de diversos elementos y de aspectos cómo los sentimientos y la racionalidad.

Muchos son los que consideran, cómo es el caso de J.Fernandez (2016) que el análisis de sentimiento forma parte imprescindible de la monitorización de las redes sociales, “el análisis de sentimiento es extremadamente útil en la monitorización de las redes sociales ya que permite crear una noción de la opinión de las personas sobre ciertos temas.”

Por otra parte hay quienes consideran, que debido a la rapidez y carga continua de información a través de los dispositivos móviles y redes sociales, la emotividad puede demorar en producirse, aunque puede durar más luego de aparecer, tal es el caso de Rodríguez, quién asegura que “...trasladando el problema a las redes sociales por ejemplo, nos encontramos con que las emociones que surgen de la empatía social tardan en aparecer pero duran más, pero si el instrumento es Twitter por ejemplo, o cualquier otra red social, dada la rapidez de la comunicación, surge la duda de si el cerebro humano está preparado para producir emociones adecuadas a esa velocidad. La clave está en que la empatía social necesita cierta ponderación o reflexión. Con la velocidad de las redes sociales, apenas da tiempo a que se elabore dicha reflexión”

Resulta tarea subjetiva, el análisis de las emociones, si bien se pueden considerar cómo positivas, negativas o neutras, factores externos (sociales, políticos, religiosos, ideológicos, otros) darán pie a reconocer en los social networks, aquellos talantes que generan algún sentimiento, aunado a esto la racionalidad también involucra dichos aspectos, y cómo dice el refrán “está en el ojo del qué mira”, extraer algunas conclusiones.

La tarea de clasificar automáticamente un texto escrito en un lenguaje natural en un sentimiento positivo o negativo, opinión o subjetividad (Pang and Lee, 2008), es a veces tan complicada que incluso es difícil poner de acuerdo a diferentes expertos humanos sobre la tarea de asignar a un texto dado un sentimiento. La interpretación personal de un individuo es diferente de la de los demás, y además se ve afectada por factores culturales y experiencias propias de cada persona. Y la tarea es aún más difícil cuanto más corto sea el texto, y peor escrito esté, como es el caso de los mensajes en redes sociales. (J. Fernández, 2016).

#### **4. Medios de Comunicación**

Es permisible afirmar como desde la era de las cavernas hasta la era del internet, el

---

<sup>6</sup>Bizcailab. Pág 9

individuo ha tenido la necesidad de comunicarse, su ingenio lo ha llevado a la creación de herramientas que permitan transmitir mensajes a otros y los medios de comunicación que a lo largo de la historia son un claro ejemplo.

Su definición los enmarca, cómo aquellos que “se realizan entre un individuo o grupos de individuos a través de un dispositivo transmisor (un medio) para audiencias numerosas. en el ámbito de la comunicación masiva podemos distinguir dos modelos básicos: el que pone énfasis en el emisor (unidireccional) y el que propugna por una relación dialéctica entre emisor y receptor de tal manera que ambos pueden ser alternativamente emisores o receptores” (Ayala, pág 819 s/f). Tal como lo describe el autor, como la finalidad de los medios radica en crear una relación informativa en donde se publica un mensaje o en donde se genera un intercambio de información.

Los medios de comunicación, en orden a lo explicado por Ayala, tienen como funciones el papel de informar, asignar estatus, decidir la agenda de lo importante, representar a los ciudadanos. Estos elementos deben permanecer en dichos instrumentos de comunicación, pues, serán la voz e imagen de lo que acontece.

Junto a los medios tradicionales -radio, prensa, televisor- el internet pasa a tener una alta participación y no solo ello, las redes sociales, ha devengado ser un modelo de información, pues, han pasado a ser protagonistas de la nueva era de la comunicación.

## **4.1 Redes Sociales**

De acuerdo a la RAE, una Red social es una “plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios.”

“Las redes sociales son el vehículo, el lugar de encuentro, el entorno donde la gente se reúne. Están centradas en la persona o la empresa, que va creando su propia red. Pero mucho más importantes a mi juicio y quizá menos valoradas, son las comunidades. Quienes cambian el mundo, quienes crean valor, están en comunidades. Es a las comunidades a quienes yo dedico más tiempo, para investigarlas y entenderlas.” (Gallego, J. 2012)

Las redes, han acortado la distancia y permiten una comunicación más instantánea entre las personas, desarrollando comunidades entre usuarios e intercambios de ideas entre ellos.

### **4.1.1 Instagram**

En nuestro proyecto nos enfocaremos en una red social en específico, Instagram<sup>7</sup>la cual apareció por primera vez en el año 2010.

Instagram, es una red social, que permite compartir fotografías, y las cuales pueden ser editadas, gracias a diferentes herramientas como filtros, marcos, colores. A demás de esto recientemente ha presentado a sus usuarios el Instagram Story, en donde por

---

<sup>7</sup>Esta red social fue comprada por Facebook en el año 2012. <http://blog.instagram.com/>

24 horas pueden postear (imagen o video) y luego al cumplirse el plazo, son borradas de forma automática. Para el año 2016, contaba con más de 600 millones de instagramers<sup>8</sup>, en los últimos años sus creadores se han dado a la tarea de colocar entre sus herramientas, opciones de seguridad, las cuales permiten a los usuarios tener más control en sus fotos.

Para hacer uso de Instagram, lo primero que se debe hacer es descargar la aplicación (totalmente gratuita), disponible para teléfonos móviles y tabletas iOS y Android, así como en Windows IPhone y versiones posteriores

Una vez descargada la aplicación se debe registrar bien sea a través de una cuenta de Facebook o con correo electrónico (completando los campos) y de esta manera ya se puede hacer uso de la red social.



Fuente: Instagram

Las principales características de la aplicación son:

- Luego de su descarga y registro se puede comenzar a utilizar.
- De práctica presentación, se pueden subir de 1 a 10 fotos, videos o boomerangs.
- Aplicar filtros, para mejorar la fotografía.
- Permite escribir alguna descripción. Y el límite es mucho más amplio.
- Muestra el número de publicaciones, followers, following, likes, comentarios y

---

<sup>8</sup>Instagram blog.

reproducciones de videos.

Instagram puede ser detallado por poseer las siguientes disposiciones:

**-Perfil o profile:** es la página en donde las personas dan a conocer sus fotografías o vídeos.

**-Publicaciones o post:** Número de imágenes compartidas y organizadas cronológicamente.

**-Seguidores o followers:** usuarios que sigue a una cuenta en Instagram.

**-Siguiendo o following:** usuarios a los que una cuenta sigue en Instagram.

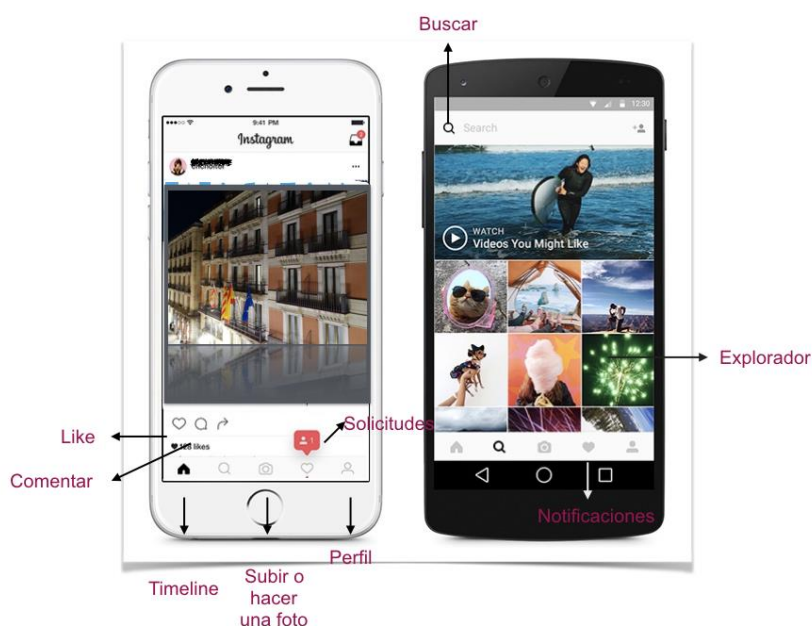
**-Timeline:** es la actividad propia y de los perfiles seguidos, que se muestran de forma cronológica o por interés.

**-Me gusta o like:** Es la acción en donde los seguidores empatizan y confirman su gusto por lo compartido. Viene caracterizado por un corazón rojo.

**-Comentarios:** Es el feedback o notas que realizan las personas a determinados posts.

**-Hashtag:** Herramienta que comienza con # más alguna palabra o denominación. Y sirve como palabra clave o ayuda para encontrar o filtrar algún contenido de forma más rápida.

**-Repost:** consiste en la acción de re-publicar o re-citar, lo publicado por otros perfiles.



Fuente: Elaboración propia.



#### **4.1.2 Participación ciudadana en las nuevas tecnologías**

Actualmente los individuos participan en la exposición de sus ideas, a través de las redes sociales, anteriormente lo realizaban en los medios de comunicación convencionales, donde, quizás no era posible ser el protagonista del mensaje o demostrar de manera más abierta lo que deseaba expresar.

Con la aparición de las redes sociales, el individuo pasa a ser el personaje principal de su “red” donde genera una comunidad de “amigos” y puede compartir o conocer cualquier tipo información con un mínimo de censura.

“Las redes sociales pueden observarse desde diversas esferas de interés o perspectiva de análisis, desde nuevos instrumentos aptos para la libertad de expresión individual, hasta medios para articular nuevas formas de participación democrática colectiva”. (González De la Garza,L 20014) Por tanto, estas herramientas de comunicación no solo se enmarcan en lo individual, sino que componen agrupaciones vinculadas por fines comunes.

El circuito de retroalimentación entre la estructura de la red y la preferencia individual se va haciendo especialmente acusado con el paso del tiempo estando implicados cuatro procesos:

- a) los mismos tiempos de personas se juntan.
- b) las personas influyen unas en otras y durante ese proceso van pareciéndose cada vez más.
- c) las personas pueden acabar en el mismo lugar.<sup>9</sup>

“Las redes informales entre los diferentes actores y movimientos sociales promueven la reconstrucción de afinidades identitarias en sociedades que son heterogéneas, con una diversidad sociocultural pero con poca capacidad de representación política. Las ligas étnicas y culturales, las normas sociales que favorecen la cooperación y compartir información son variables que fortalecen las conexiones que sostienen las redes informales” (Vargas,2004)

Dentro de estas representaciones informales, los usuarios pertenecientes a un grupo, crean confianza entre sí, lo cual amplía el nivel de participación, pues, todos ellos comparten el mismo interés.

## **5.-Venezuela**

### **5.1. Venezuela Situación actual**

Venezuela es uno de los países integrantes del continente americano. Para el año 1998 llega al poder Hugo Chávez, quien se convertiría en el líder de una corriente socialista y revolucionaria, que elaboraría reformas y daría un nuevo rumbo a la democracia en

---

<sup>9</sup>Redes sociales, instrumento de participación ciudadana

el país. Durante su periodo gubernamental se dio el inicio de transformaciones en la política, económica y sociedad las cuales han sido fomentada por ideales marxistas-socialistas, trayendo descontento entre la población.

Luego de la muerte de Chávez, pasa a tomar la presidencia del país Nicolás Maduro, en su periodo, se agudiza la crisis económica, política y social. Los índices de inflación para el cierre del 2016 superaron el 700%<sup>10</sup>, el desabastecimiento de comida, productos básicos<sup>11</sup> y medicinas<sup>12</sup> pone en riesgo y hambruna a sus habitantes “impulsó la inflación y el aumento de los precios de bienes básicos, también instituyó controles de precios y fijó el tipo de cambio de la moneda”.

Los niveles de desempleo fomentan la economía informal y el mercado negro. Además, los grados de inseguridad aquejan a la población diariamente. “La última tasa de homicidios reportada, en 2014, fue equivalente a la tasa de víctimas civiles de la guerra de Irak en 2004”<sup>13</sup>. En el área política, las instituciones y los órganos estatales están centralizados “Después de que la oposición ganó el control de la Asamblea Nacional en 2015, la tensión entre esos dos sistemas explotó en un conflicto directo. El Tribunal Supremo de Justicia, lleno de magistrados leales al régimen, trató de disolver los poderes de la legislatura. Maduro convocó una asamblea constituyente a principios de mayo.” (Fisher .M y Taud, A)

Del mismo modo, muchas fueron las medidas, en el ámbito de comunicación, que se dieron cabida en la nación, la aparición de nuevas leyes (ley mordaza, ley resorte) e instituciones como CONATEL, pusieron en tela de juicio la libertad de expresión en los venezolanos. Que aunados a la escasez de material para la impresión de prensa escrita van a acentuar la crisis en materia de información.

Es en este punto donde los venezolanos optan por una nueva forma de comunicación, las redes sociales, a través de ellos pueden expresar con mayor libertad lo que acontece en el país, convirtiéndose así en la primera fuente de noticias, servicio público, venta y debate en el país.

## **5.2 Venezuela y las redes sociales**

Para situar a Venezuela dentro del mundo digital, es preciso, conocer las estadísticas relacionas al Internet en el país suramericano. Según CONATEL -Comisión Nacional de Telecomunicaciones- Los indicadores de acceso y uso de Internet en Venezuela, para el segundo trimestre de 2015, reflejan un crecimiento sostenido durante los últimos años, alcanzado los 16 millones 400 mil usuarios y usuarias, equivalentes al 61,62% de la población nacional, y superando la media mundial de 43%, de acuerdo con un

---

<sup>10</sup>Según el Fondo Monetario Internacional

<sup>11</sup>El desabastecimiento de productos básicos, en la ciudad capital Caracas, es de alrededor de 82,8%, según datos obtenidos de DATANÁLIS

<sup>12</sup>85% de Desabastecimiento, según la Federación Farmacéutica Venezolana

<sup>13</sup>De acuerdo a un artículo de Max Fisher Y Amanda Taub publicado en el New York Times

reciente estudio de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, publicado en mayo de 2015.<sup>14</sup>

Estudios realizados por Comscore, asegura que Venezuela ocupa el primer lugar en América Latina, por el promedio más alto en el consumo de minutos por páginas.

En el área de networking para el año 2014 creció un 5,5% alcanzando así un 82% en la categoría social media, lo cual, nos indica que 8 de cada 10 venezolanos navegan en las redes sociales. Es curioso como los principales sitios visitados son webs de política. Por otro lado, ha sucedido un aumento en las visitas a través de los dispositivos telefónicos.

Por otra parte, Ana Otero presidenta de Analiticom “recordó que al momento de ofrecer datos respecto a un hecho es necesario verificar la fuente, corroborar fechas y hasta fachadas en el caso de las fotos. La responsabilidad parece ser el factor clave que debe exigirse en esta nueva corriente de información.

Del mismo talante propuso, que ante la situación que aqueja al país es importante, llevar a la buena práctica de la difusión de las noticias, pues puede resultar difícil esclarecer entre la realidad y el rumor.

“Con el uso de las redes sociales es posible generar movilizaciones de grupos poblacionales con una agenda común, con la creación de un icono o problema colectivo, que se potencia sobre una realidad o demanda social básica.”(UNIMET)

En la actualidad muchos son los ciudadanos que reconocen a las redes sociales cómo las “farmacias virtuales”, esto gracias a que a través de ellas personas solicitan medicamentos o hacen preguntas sobre los lugares en dónde pueden encontrarse.

Muchos son los movimientos y asociaciones (tanto en Venezuela como en el resto del mundo) destinados a esta acción colectiva. En Barcelona, tuvimos la oportunidad de entrevistar a María Cecilia, líder de @primerosauxiliosucvbcn, quién nos comentó, sobre la mecánica de recolección de medicinas en Cataluña, dijo que gracias a las redes sociales tanto venezolanos como locales se ven comprometidos con donar medicinas.

### **5.3 Venezuela y la crisis hospitalaria**

Venezuela presenta una intensa crisis hospitalaria, en donde la desmejorada dieta alimenticia de las personas sumadas a la falta de medicinas, hace que el país se presente ante una crisis humanitaria.

La escasez de medicamentos en los centros de Salud es de alrededor de 94,95% mientras que en las Farmacias es de 80% aseguró el presidente de la Federación Médica de Venezuela, quién también expresó “Se nos está muriendo la gente de mengua, no solamente en los hospitales sino en sus casas porque no hay medicamentos”. (León, D 2017)

---

<sup>14</sup><http://www.conatel.gob.ve/penetracion-de-internet-en-venezuela-supera-61/>

Otra cifra impactante, es la expuesta por el médico José Ceballos, en donde asegura que “las salas de emergencias y las terapias intensivas de los hospitales de Venezuela se encuentren inoperativas un 90% y 80%, respectivamente.” No solamente las medicinas e insumos resultan una pesadilla en el país latinoamericano, sino que también los reactivos para realizar pruebas diagnósticas, se unen a la delicada situación.

“Lo que siempre pega más duro es la situación humana, específicamente de la niñez, la salud de los niños que no han podido salir de los hospitales por falta de medicamentos”, así manifestó el presidente de la Organización de Naciones Unidas, Luis Almagro, con estas declaraciones se atestigua la profunda preocupación de Instituciones extranjeras ante la actualidad en Venezuela.

Diferentes medios de comunicación Internacionales, se han dado a la tarea de documentar la situación diaria de los centros asistenciales, haciendo eco de lo que acontece en el país, del mismo modo de manera local, las redes sociales, así como los profesionales de la salud se han pronunciado ante la situación.

De acuerdo a un informe realizado por la Fundación Cuatro por Venezuela “En cuanto a los medicamentos, la situación de escasez ha llevado a médicos, pacientes y familiares, a improvisaciones de prescripción y a la automedicación, cuyas consecuencias pueden ser fatales. Entre las conductas más frecuentes que se observan están la disminución de la dosis, el intercambio de fármacos sin asesoría alguna, la sustitución de la medicación usual por medicina alternativa y otros.”

## **6.-Metodología.**

Este trabajo se trata de una investigación exploratoria, en donde se realiza un análisis cualitativo. Se efectuará como primera fase una indagación documental, en donde se abstraen conceptos claves gracias a la lectura bibliográfica de diversas fuentes como libros, tesis, artículos de revistas, periódicos, investigaciones, asistencia a conferencias/talleres, redes sociales y diccionarios. En una segunda fase se procede a la selección de perfiles en instagram, de manera aleatoria, y así tener una referencia directa de la realidad en estudio.

Acto continuó se realizó una guía de evaluación la cual ha sido utilizada para el análisis de contenido. El análisis de contenido es un “conjunto de técnicas tendentes a explicar y sistematizar el contenido de los mensajes comunicativos de textos, sonidos e imágenes y la expresión de ese contenido con ayuda de indicios cuantificables o no. Todo ello con el objetivo de efectuar deducciones lógicas. (J.Andreu 2002) ideal para poder abstraer datos de los 15 perfiles de niños/adolescentes en Instagram.

Por último, se realizará una entrevista a los perfiles seleccionados y una encuesta a las personas que han comentado en dichos perfiles. Ambas servirán para ir más allá de lo observado y poder dar respuestas a las dudas que han surgido.

Dichas herramientas sirven para fundar y coleccionar los datos más trascendentales. Por otra parte, la inexistencia de trabajos relacionados con nuestra investigación nos obliga a indagar a fondo en el tema, es por esta razón que haremos una breve exploración y comparación de dos casos de estafas actuales, en donde, los involucrados atestiguaban padecer alguna enfermedad. En este contexto se hará una recopilación de aspectos claves, y continuamente se verificarán si existen similitudes o diferencias con los 15 casos estudiados.



Fuente: Elaboración propia

### **Análisis de contenido**

Análisis de contenido, según Andréu (s/f) “el análisis de contenido se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que a

diferencia de la lectura común debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, replicable, y válida.”

Para llevar a cabo dicho análisis fue necesaria la creación de una plantilla, la cual, sirvió de guía para recopilar la información y luego extraer los datos necesarios.

En ella se precisa de acuerdo a parámetros algunas de las definiciones documentadas, para luego ver si dichos términos se encuentran presente en alguno de los perfiles. Se hizo la selección de 15 perfiles, los cuales, fueron encontrados en Instagram. Primero se optó por buscarlos en el navegador de la aplicación, en donde a la vista se encontraba el perfil de @juntosporvictor este perfil fue el que nos llevo a @bendiciendoajose, luego de seguir a ambos perfiles Instagram dio como sugerencia seguir a @unmilagroparaamaia, y así sucesivamente los perfiles restantes.

Tal como se ha mencionado anteriormente. Se realizará el análisis de contenido y entrevistas con cuestionario. Levantamiento y procesamiento de la información. Para dar inicio a nuestra aplicación se estudiaron conceptos y se conjugaron a los datos abstraídos. En conformidad a los lineamientos metodológicos, y a las asesorías del tutor, se decidió aplicar las mencionadas herramientas de estudios.

La información para estructurar el presente análisis, se extrajo de las siguientes fuentes:

Selección de perfiles en Instagram. En total 15 cuentas, de las cuales se tomaron los últimos 6 post de la fecha.

Monitoreo de las cuentas y contenidos publicados en ellas.

Entrevistas estructuradas a administradores de los perfiles

Entrevistas estructuradas a colaboradores.

País	Venezuela
Red Social	Instagram
Número de muestra	15 Perfiles
Post estudiados	6 últimos post (anteriores al 01 de Mayo).

Fuente: Elaboración propia.

Perfil	Nombre del perfil en Instagram
Perfil 1	ayudameavivirsoyjimena
Perfil 2	ayudemosasamu
Perfil 3	ayudemosasanyaire
Perfil 4	bendiciendoajose
Perfil 5	todosconsami
Perfil 6	todosjuntosporfabi
Perfil 7	diegodioscontigo
Perfil 8	estefaniavmm
Perfil 9	veroesandres
Perfil 10	manu_battling
Perfil 11	yorgellisv98
Perfil 12	unmilagroparaamala
Perfil 13	unidosporestefano
Perfil 14	uncorazonsanoparamarcelo
Perfil 15	juntosporvictor

Fuente: Elaboración propia

Tras la aplicación de la técnica de análisis, se puede comprobar que no todos los parámetros son observables con esta herramienta. Para lo cual, fue preciso utilizar entrevistas que, por medio del siguiente cuestionario, se realizó a los perfiles estudiados (es decir a quienes administrar dichas cuentas y a quienes han colaborado con estas), por lo tanto, se conjugan ambas herramientas cómo fórmula para el trabajo de campo.

## 6.2 Parámetros

La poca bibliografía con referencia a nuestro tema, nos deduce a realizar la configuración de objetos de estudios, los cuales, en nuestra opinión resumen los puntos indispensables para que las personas se vean motivadas a actuar, en situaciones graves o de emergencia. La recolección de la información se vio configurada por parámetros, los cuales sintetizan las definiciones expuestas en el marco teórico, y que una vez ensambladas con las otras fuentes, permitirá la abstracción de resultados y así abrir una ventana a fenómenos excepcionales en las redes sociales.

### **Parámetro 1:**

**Diseño del perfil:** es importante conocer cómo fue realizado el perfil, al tratarse de usuarios (niños y adolescentes), fue necesario hacernos las siguientes preguntas. Del mismo modo, saber que información provee y si explican sobre sus patologías.

*¿Cómo es la descripción del perfil? ¿Es elaborada por ellos mismos o por terceros (Padres/Representantes/amigos)?*

### **Parámetro 2:**

**Confianza/credibilidad:** uno de los aspectos claves a la hora del análisis tiene que ver con los aspectos de confianza que las personas muestran en sus redes para alcanzar credibilidad y así lograr sus objetivos.

*¿La información colgada (post) va respaldada de algún tipo de fuente médica (validada)?*

### **Parámetro 3:**

**Emoción:** Al tratarse de niños y adolescentes con enfermedades graves, es importante descifrar de manera sutil, emociones, sentimientos o actitudes observables en los perfiles.

*¿La información colgada (post) contiene emociones, sentimientos, actitudes positivas, Inspiradoras?*

### **Parámetro 4:**

**Necesidades:** Tal cómo fue definido por Maslow y otros autores las necesidades configuran las condiciones para poder desarrollarse

*¿Informan sobre sus necesidades y el estado de los pacientes?*

### **Parámetro 5:**

**Acción colectiva:** en este apartado se pretende conocer, si los perfiles promueven a la acción colectiva, para que otros conozcan su situación

*Bien a través de otras personas gracias a los Repost, o a través de organizaciones y asociaciones afines*



**Parámetro 6:**

**Participación ciudadana:** Desarrolla alguna estrategia para conseguir ayuda económica, empatía, colaboraciones, apoyo moral

*¿Organizan eventos de recolección de fondos, ventas de artículos especiales, solicitan donaciones? ¿Invitan a participar, etiquetan o mencionan para dar a conocer y que su situación tenga mayor visibilidad?*

**Parámetro 7:** Se desea conocer que redes sociales son más utilizadas

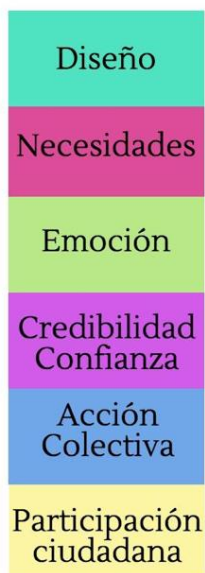
*¿Tienen otras redes sociales, blogs, enlaces o webs: Facebook, Twitter, etc. Blog, Gofundme?*

**Parámetro 8:**

**Utilizan #hashtags**

*¿Propios o de uso público?*

## Parámetros



Fuente: Elaboración propia

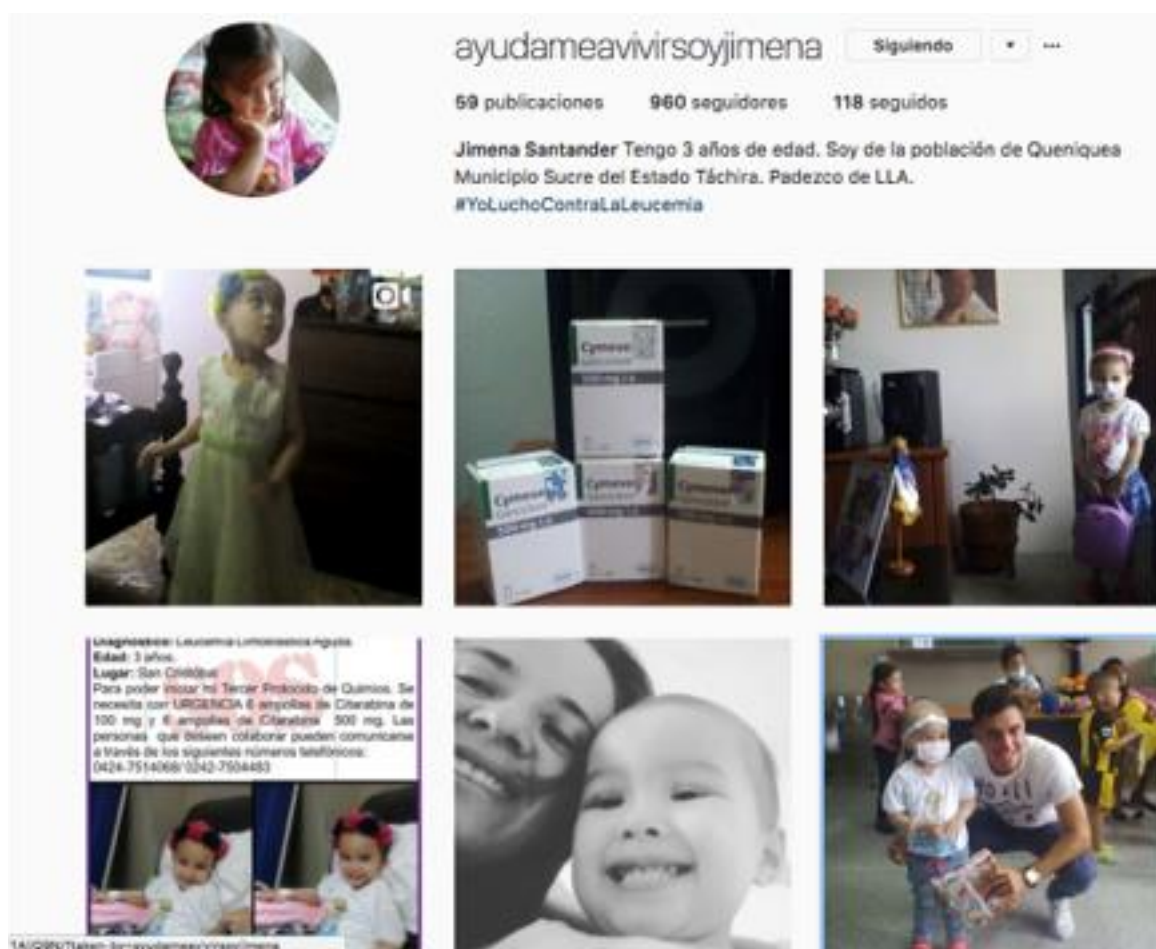
### 7.-Desarrollo

El análisis de contenido es definido como técnica de interpretación de textos, ya sean escritos, grabados, pintados, filmados”... “El análisis de contenido se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que a diferencia de la lectura común debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, replicable, y válida” Andreú, J. (2002). para ello fue necesaria hacer una observación previa y luego por medio de la plantilla tomar nota de los puntos más relevantes.

A continuación, se disponen los perfiles y los análisis realizados. A cada perfil se le asignó un número para identificarlo durante todo el trabajo.

## Perfil 1.

<b>Nombre</b>	Jimena Santander
<b>Nombre de la cuenta</b>	ayudameavivirsoyjimena
<b>Número de seguidores</b>	960
<b>Número de seguidos</b>	118
<b>Número de publicaciones</b>	50
<b>Frecuencia de publicación</b>	1-2 por mes



The screenshot shows the Facebook profile of 'ayudameavivirsoyjimena'. The profile picture is a young girl, Jimena Santander. The bio states: 'Jimena Santander Tengo 3 años de edad. Soy de la población de Queniquesa Municipio Sucre del Estado Táchira. Padezco de LLA. #YoLuchoContraLaLeucemia'. The profile has 59 publications, 960 followers, and 118 followed. Below the bio are several posts: a photo of Jimena in a green dress, a photo of boxes of Cytarabine medication, a photo of Jimena holding a purple balloon, a text post about a medical emergency for leukemia, a photo of a smiling baby, and a photo of a man holding a box with Jimena standing next to him.

**ayudameavivirsoyjimena** Siguiendo

59 publicaciones 960 seguidores 118 seguidos

Jimena Santander Tengo 3 años de edad. Soy de la población de Queniquesa Municipio Sucre del Estado Táchira. Padezco de LLA.  
#YoLuchoContraLaLeucemia

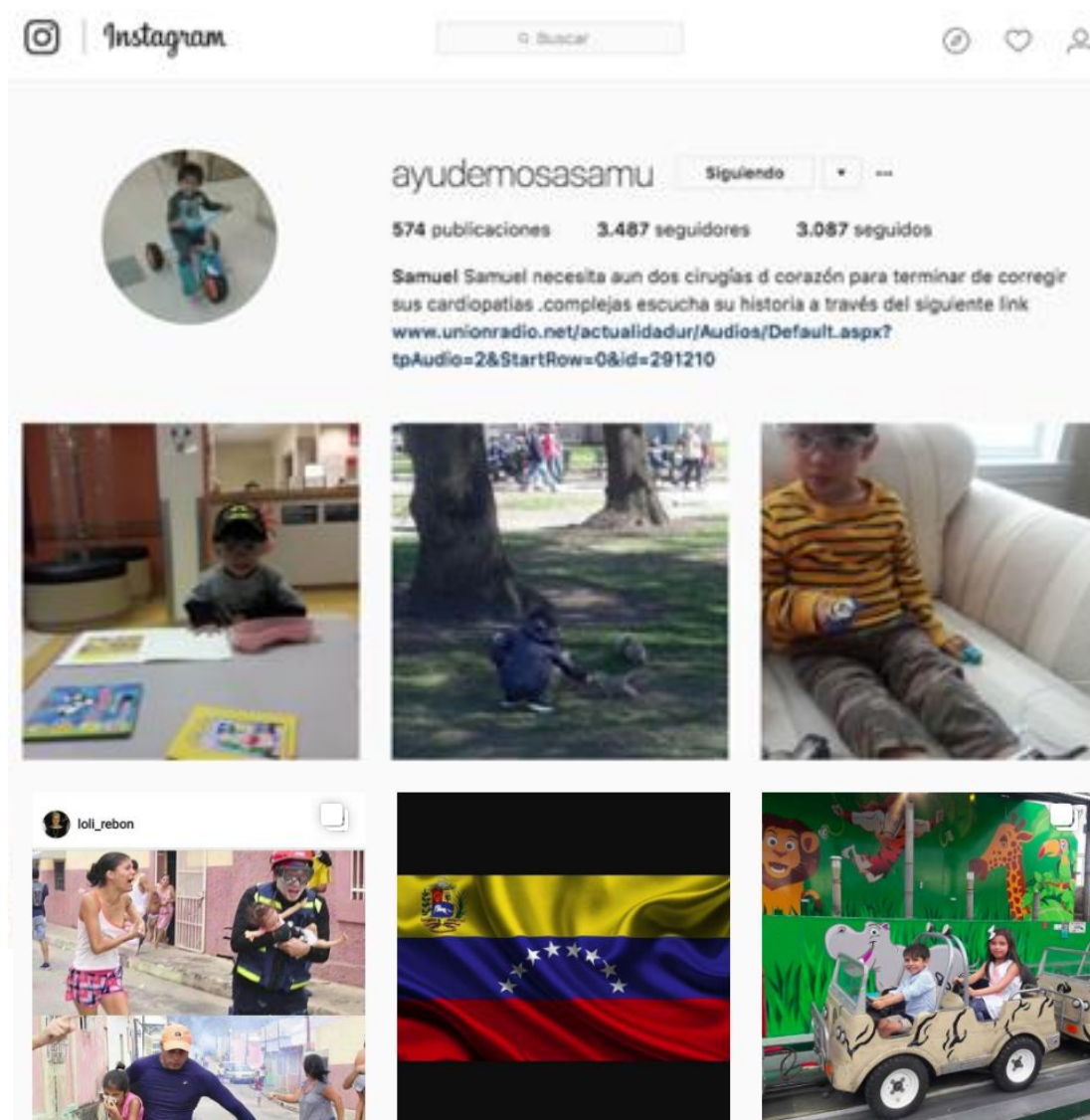
Un diagnóstico de Leucemia-Linfomatosis Aguda.  
Edad: 3 años.  
Lugar: San Cristóbal.  
Para poder iniciar mi Tercer Protocolo de Químicos. Se necesita con URGENCIA 6 ampollas de Citarabina de 100 mg y 6 ampollas de Citarabina 500 mg. Las personas que deseen colaborar pueden comunicarse a través de los siguientes números telefónicos: (0424-7514068/0342-750445)

1A/2019/11aen-8yayudameavivirsoyjimena

Parámetro		
<b>Diseño de Perfil</b>	¿Cómo es la descripción del perfil? ¿Es elaborada por ellos mismos o por terceros (Padres/Representantes)?	Da información sobre la niña, su ubicación geográfica y su enfermedad. El perfil es manejado por los padres. La fotografía del perfil, es de antes del inicio de la quimioterapia pues se ve con su cabello largo. Aparece de una manera tierna/coqueta. Se puede considerar que el perfil lo lleva una tercera persona, debido a la edad de la niña.
<b>Credibilidad/Confianza</b>	La información colgada (post) va respaldada de algún tipo de fuente (validada)	Se puede apreciar algunas fotos en el centro hospitalario. El nombre de las medicinas que necesita y el carácter de urgencia de estas. Además aporta números telefónicos de contacto,
<b>Emoción</b>	La información colgada (post) contiene emociones, sentimientos, actitudes positivas, Inspira	Si, en 4 de los 6 post se muestra a la niña sonriente. Hay un video dónde baila y canta. Postean mensajes de Fe, (deben ser las personas quienes manejan la cuenta) agradecimiento, felicidad y amor.
<b>Información</b>	Informan sobre el estado de los pacientes y sus necesidades	Si, hacen solicitudes URGENTES, para conseguir medicamentos necesarios para la quimioterapia. Igual que informan cuando la niña esta en casa.
<b>Promueve a la acción colectiva</b>	Bien a través de otras personas gracias a los Repost, o a través de organizaciones y asociaciones afines	Si, etiquetan personas (artistas, deportistas) y se pide que se haga repost. En una de las fotos aparece un deportista de su ciudad
<b>Desarrolla alguna estrategia para conseguir más ayuda económica</b>	Organizan eventos de recolección de fondos, ventas de artículos especiales, solicitan donaciones	En 2 de los 6 post han solicitado donaciones de medicamentos con carácter de URGENCIA
<b>Tienen otras redes sociales, blogs, enlaces o webs</b>	Facebook, Twitter, etc. Blog, Gofundme	No
<b>Utilizan #hashtags</b>	Propios o de uso público	#yoluchcontralaleucemia

## Perfil 2.

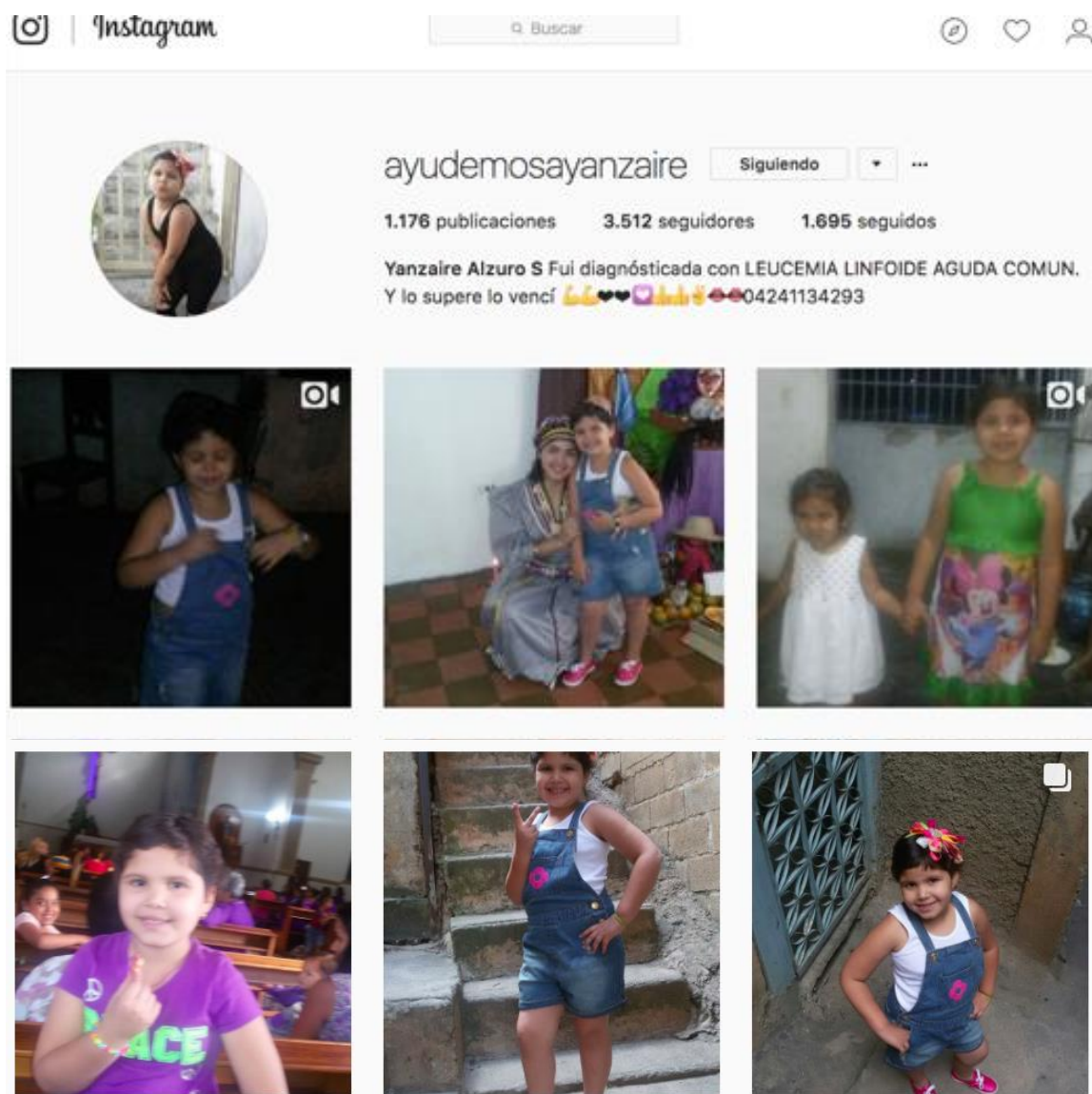
Nombre	Samuel
Nombre de la cuenta	ayudemosasamu
Número de seguidores	3487
Número de seguidos	3087
Número de publicaciones	574
Frecuencia de la publicación	Interdiaria



Parámetro		
<b>Diseño de Perfil</b>	¿Cómo es la descripción del perfil? ¿Es elaborada por ellos mismos o por terceros (Padres/Representantes)?	Describen lo que necesita Samuel e informan sobre su cardiopatía, describen que necesita dos cirugías para su cardiopatía. Además, dan un link para escuchar más sobre su historia. Es manejado el perfil por sus padres
<b>Credibilidad/Confianza</b>	La información colgada (post) va respaldada de algún tipo de fuente (validada)	Informan sobre su estado, se puede ver al niño en centros hospitalarios, pero no hay fuentes médicas que lo verifiquen.
<b>Emoción</b>	La información colgada (post) contiene emociones, sentimientos, actitudes positivas, Inspira	Si reflejan las actitudes positivas, de fe, animo y agradecimiento. Se ve al niño en el parque, coloreando.
<b>Información</b>	Informan sobre el estado de los pacientes y sus necesidades	Si, informan sobre su último estado de salud y las recomendaciones de su médico
<b>Promueve a la acción colectiva</b>	Bien a través de otras personas gracias a los Repost, o a través de organizaciones y asociaciones afines	Ellos hacen repost sobre la situación en Venezuela y los eventos ligados a las protestas. También se pronuncian ante lo que pasa allí
<b>Desarrolla alguna estrategia para conseguir más ayuda económica</b>	Organizan eventos de recolección de fondos, ventas de artículos especiales, solicitan donaciones	NO
<b>Tienen otras redes sociales, blogs, enlaces o webs</b>	Facebook, Twitter, etc. Blog, Gofundme	Más información a través de un link sobre su historia
<b>Utilizan #hashtags</b>	Propios o de uso público	<a href="http://www.unionradio.net/actualidadur/Audios/Default.aspx?tpAudio=2&amp;StartRow=0&amp;id=291210">www.unionradio.net/actualidadur/Audios/Default.aspx?tpAudio=2&amp;StartRow=0&amp;id=291210</a>

### Perfil 3.

<b>Nombre</b>	Yanzaire Alzuro
<b>Nombre de la cuenta</b>	Ayudemosayanzaire
<b>Número de seguidores</b>	3.512
<b>Número de seguidos</b>	1695
<b>Número de publicaciones</b>	1176
<b>Frecuencia de Publicación</b>	semanal



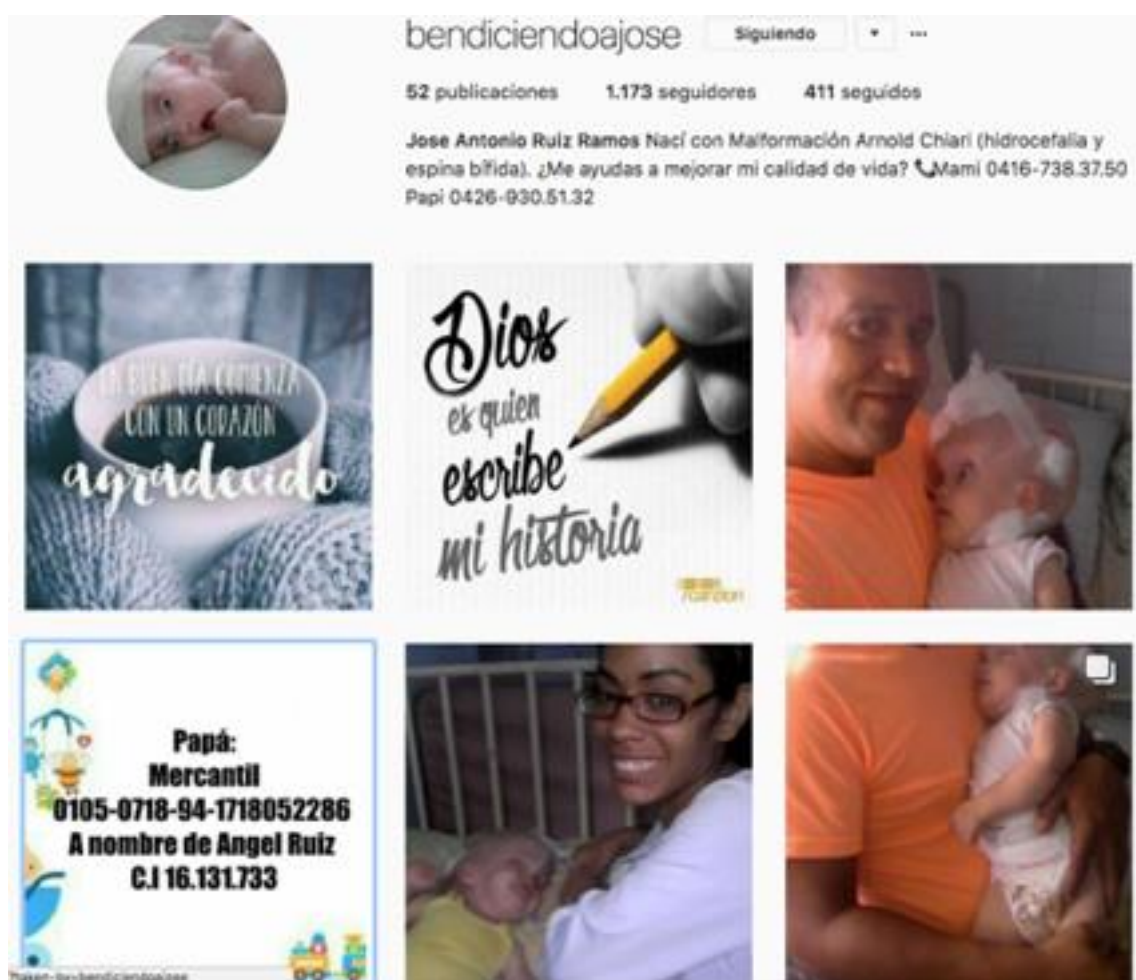


Parámetro		
<b>Diseño de Perfil</b>	¿Cómo es la descripción del perfil? ¿Es elaborada por ellos mismos o por terceros (Padres/Representantes)?	Nombre y descripción de su enfermedad, e informa de su estado actual. Da información telefónica
<b>Credibilidad/Confianza</b>	La información colgada (post) va respaldada de algún tipo de fuente (validada)	No. No hay más fuentes que fotos de la niña
<b>Emoción</b>	La información colgada (post) contiene emociones, sentimientos, actitudes positivas, Inspira	Si, es evidente ver sonrisas, bailes, fe, y actitudes positivas. Se muestra en distintos lugares, fiesta, iglesia, calles. Sentimientos de alegría, se nota la diversión
<b>Información</b>	Informan sobre el estado de los pacientes y sus necesidades	NO, en los posts. Pero en el perfil describe que ya venció la enfermedad
<b>Promueve a la acción colectiva</b>	Bien a través de otras personas gracias a los Repost, o a través de organizaciones y asociaciones afines	NO
<b>Desarrolla alguna estrategia para conseguir más ayuda económica</b>	Organizan eventos de recolección de fondos, ventas de artículos especiales, solicitan donaciones	NO
<b>Tienen otras redes sociales, blogs, enlaces o webs</b>	Facebook, Twitter, etc. Blog, Gofundme	NO
<b>Utilizan #hashtags</b>	Propios o de uso público	NO



#### Perfil 4.

Nombre	José Antonio Ruíz Ramos
Nombre de la cuenta	bendiciendoajose
Número de seguidores	1173
Número de seguidos	411
Número de publicaciones	52
Frecuencia de publicación	Diaria



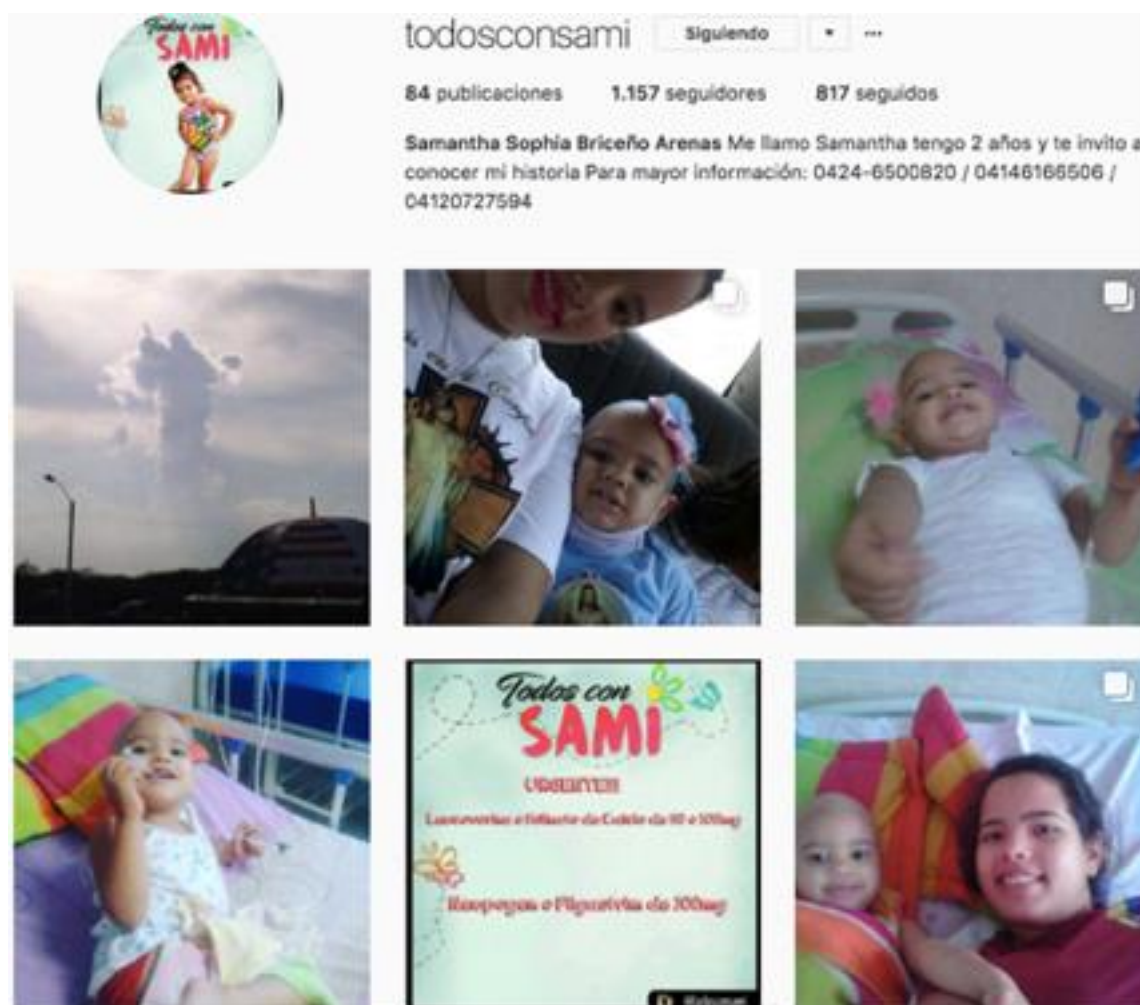
The screenshot shows the Instagram profile of 'bendiciendoajose'. The profile picture is a close-up of a baby's face. The bio states: 'Jose Antonio Ruiz Ramos Nací con Malformación Arnold Chiari (hidrocefalia y espina bífida). ¿Me ayudas a mejorar mi calidad de vida? 📞Mami 0416-738.37.50 Papi 0426-930.51.32'. The grid of posts includes:

- A cup with the text 'LA CUESTA COMIENZA CON UN CORAZÓN agradecido'.
- A hand holding a yellow pencil writing 'Dios es quien escribe mi historia'.
- A man holding a baby.
- A graphic with contact information: 'Papá: Mercantil 0105-0718-94-1718052286 A nombre de Angel Ruiz C.I 16.131.733'.
- A woman holding a baby.
- A man holding a baby.

Parámetro		
<b>Diseño de Perfil</b>	¿Cómo es la descripción del perfil? ¿Es elaborada por ellos mismos o por terceros (Padres/Representantes)?	Indica el nombre completo, y la patología. Da número telefónico y pregunta por ayuda. Lo lleva una tercera persona evidentemente por el estado y la condición del niño.
<b>Credibilidad/Confianza</b>	La información colgada (post) va respaldada de algún tipo de fuente (validada)	No, pero físicamente se nota la hidrocefalia, más su hospitalización, vendaje
<b>Emoción</b>	La información colgada (post) contiene emociones, sentimientos, actitudes positivas, Inspira	Si, expresa amor, agradecimiento, fe, actitudes positivas. También se observa a los padres sonrientes, aunque con miradas tristes.
<b>Información</b>	Informan sobre el estado de los pacientes y sus necesidades	Si informan sobre cómo ha pasado el día, los estudios que debe realizarse a la brevedad posible y cómo les fue después de estos
<b>Promueve a la acción colectiva</b>	Bien a través de otras personas gracias a los Repost, o a través de organizaciones y asociaciones afines	NO
<b>Desarrolla alguna estrategia para conseguir más ayuda económica</b>	Organizan eventos de recolección de fondos, ventas de artículos especiales, solicitan donaciones	Solicitan donaciones para realizar estudios con carácter de URGENCIA
<b>Tienen otras redes sociales, blogs, enlaces o webs</b>	Facebook, Twitter, etc. Blog, Gofundme	NO
<b>Utilizan #hashtags</b>	Propios o de uso público	NO

## Perfil 5.


Nombre	Samantha Sofia Briceño Arenas
Nombre de la cuenta	todosconcami
Número de seguidores	817
Número de seguidos	1157
Número de publicaciones	84
Frecuencia de la publicación	semanal



Parámetro		
<b>Diseño de Perfil</b>	¿Cómo es la descripción del perfil? ¿Es elaborada por ellos mismos o por terceros (Padres/Representantes)?	Nombre, edad y teléfonos, e invita a conocer la historia. Cuenta llevada por la madre
<b>Credibilidad/Confianza</b>	La información colgada (post) va respaldada de algún tipo de fuente (validada)	No, pero se aprecia su estancia en el hospital e información sobre medicamentos
<b>Emoción</b>	La información colgada (post) contiene emociones, sentimientos, actitudes positivas, Inspira	SI, fe. Se muestra sonriente, animada, tomando sus medicinas y con ganas de seguir mejorando. Muestras de agradecimiento
<b>Información</b>	Informan sobre el estado de los pacientes y sus necesidades	Informa sobre las dosis post quimioterapia. Su estado de salud, y recomendaciones del médico.
<b>Promueve a la acción colectiva</b>	Bien a través de otras personas gracias a los Repost, o a través de organizaciones y asociaciones afines	NO
<b>Desarrolla alguna estrategia para conseguir más ayuda económica</b>	Organizan eventos de recolección de fondos, ventas de artículos especiales, solicitan donaciones	Solicitan con carácter de URGENCIA algunas medicinas
<b>Tienen otras redes sociales, blogs, enlaces o webs</b>	Facebook, Twitter, etc. Blog, Gofundme	NO
<b>Utilizan #hashtags</b>	Propios o de uso público	NO

## Perfil 6.




Nombre	Fabiana Victoria
Nombre de la cuenta	todosjuntosporfabi
Número de seguidores	1315
Número de seguidos	195
Número de publicaciones	141
Frecuencia de publicaciones	Diaria






**todosjuntosporfabi**
Siguiendo

141 publicaciones
1.315 seguidores
195 seguidos

**FABIANA VICTORIA** 🍀🍀 DIOS ME SANARA Diagnosticada con Meningoencefalitis Viral Nació el 26/01/2016 Mami @yellismartorrealba15 04123456476 Papi @danielgutierrez91 04144181701youtu.be/H0yAtq7vrDo

Parámetro		
<b>Diseño de Perfil</b>	¿Cómo es la descripción del perfil? ¿Es elaborada por ellos mismos o por terceros (Padres/Representantes)?	Describe el nombre, diagnóstico y fecha de nacimiento. Da un mensaje de fe y además de los números telefónicos de sus padres y canal de youtube. Las redes la llevan sus padres.
<b>Credibilidad/Confianza</b>	La información colgada (post) va respaldada de algún tipo de fuente (validada)	La información que dan esta respaldada de fotos de la niña hospitalizada además de toda la historia de su patología. (no hay fuente medica)
<b>Emoción</b>	La información colgada (post) contiene emociones, sentimientos, actitudes positivas, Inspira	Si, mensajes de fe, animo y esperanza. Frases de la biblia.
<b>Información</b>	Informan sobre el estado de los pacientes y sus necesidades	Si, informan sobre la enfermedad, y cómo esta empezó además del tratamiento y medicamento que necesitan URGENTE
<b>Promueve a la acción colectiva</b>	Bien a través de otras personas gracias a los Repost, o a través de organizaciones y asociaciones afines	Si, etiquetan y mencionan a personajes públicos o con un número alto de seguidores para que hagan eco de sus necesidades. Además, solicitan ayuda
<b>Desarrolla alguna estrategia para conseguir más ayuda económica</b>	Organizan eventos de recolección de fondos, ventas de artículos especiales, solicitan donaciones	Si solicitan de manera URGENTE articulo como leche y ayuda monetaria para tratamiento. Además, realizan rifas benéficas para recolectar dinero
<b>Tienen otras redes sociales, blogs, enlaces o webs</b>	Facebook, Twitter, etc. Blog, Gofundme	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=H0yAtq7vrDo&amp;feature=youtu.be">https://www.youtube.com/watch?v=H0yAtq7vrDo&amp;feature=youtu.be</a> video de recuperación de un niño con la misma enfermedad
<b>Utilizan #hashtags</b>	Propios o de uso público	Si, utiliza los siguientes #ecodemihiistoria , #instafamily, <a href="#">#AyudaFabi</a> <a href="#">#UnGranitoDeArena</a> <a href="#">#UnMilagroParaFabi</a> <a href="#">#TodosJuntosConFabi</a> <a href="#">#TuOracionEsLaMejorAyuda</a> <a href="#">#FormulaSinLactosa</a> <a href="#">#FormulaDeSoya</a> <a href="#">#ServicioPublico</a>



## Perfil 7.

Nombre	Diego Alejandro
Nombre de la cuenta	diegodioscontigo
Número de seguidores	10,4k
Número de seguidos	728
Número de publicaciones	473
Frecuencia de la publicación	Interdiario



Parámetro		
<b>Diseño de Perfil</b>	¿Cómo es la descripción del perfil? ¿Es elaborada por ellos mismos o por terceros (Padres/Representantes)?	Da su nombre patología, información telefónica y sobre las redes sociales. La madre lleva el perfil
<b>Credibilidad/Confianza</b>	La información colgada (post) va respaldada de algún tipo de fuente (validada)	Colocan información sobre las gestiones que realizan y el nombre de medicinas que necesita Diego. Estado de ánimo. y las actividades que está realizando
<b>Emoción</b>	La información colgada (post) contiene emociones, sentimientos, actitudes positivas, Inspira	Si, mensajes de fe y esperanza. Además, muchas muestras de agradecimiento. En todas las fotografías se puede ver a Diego muy sonriente y positivo
<b>Información</b>	Informan sobre el estado de los pacientes y sus necesidades	Si, da información sobre cómo van las gestiones para un viaje que deben realizar para el tratamiento de diego, además de las medicinas que necesita URGENTE y el estado de salud del niño
<b>Promueve a la acción colectiva</b>	Bien a través de otras personas gracias a los Repost, o a través de organizaciones y asociaciones afines	Si, menciona y pide que den a conocer su caso en las redes sociales.
<b>Desarrolla alguna estrategia para conseguir más ayuda económica</b>	Organizan eventos de recolección de fondos, ventas de artículos especiales, solicitan donaciones	Pide con carácter de URGENCIA una medicina para el niño
<b>Tienen otras redes sociales, blogs, enlaces o webs</b>	Facebook, Twitter, etc. Blog, Gofundme	Si, además tiene facebook y twitter
<b>Utilizan #hashtags</b>	Propios o de uso público	#yogritoporDiego #oracionporDiego #diegodioscontigo



## Perfil 8.

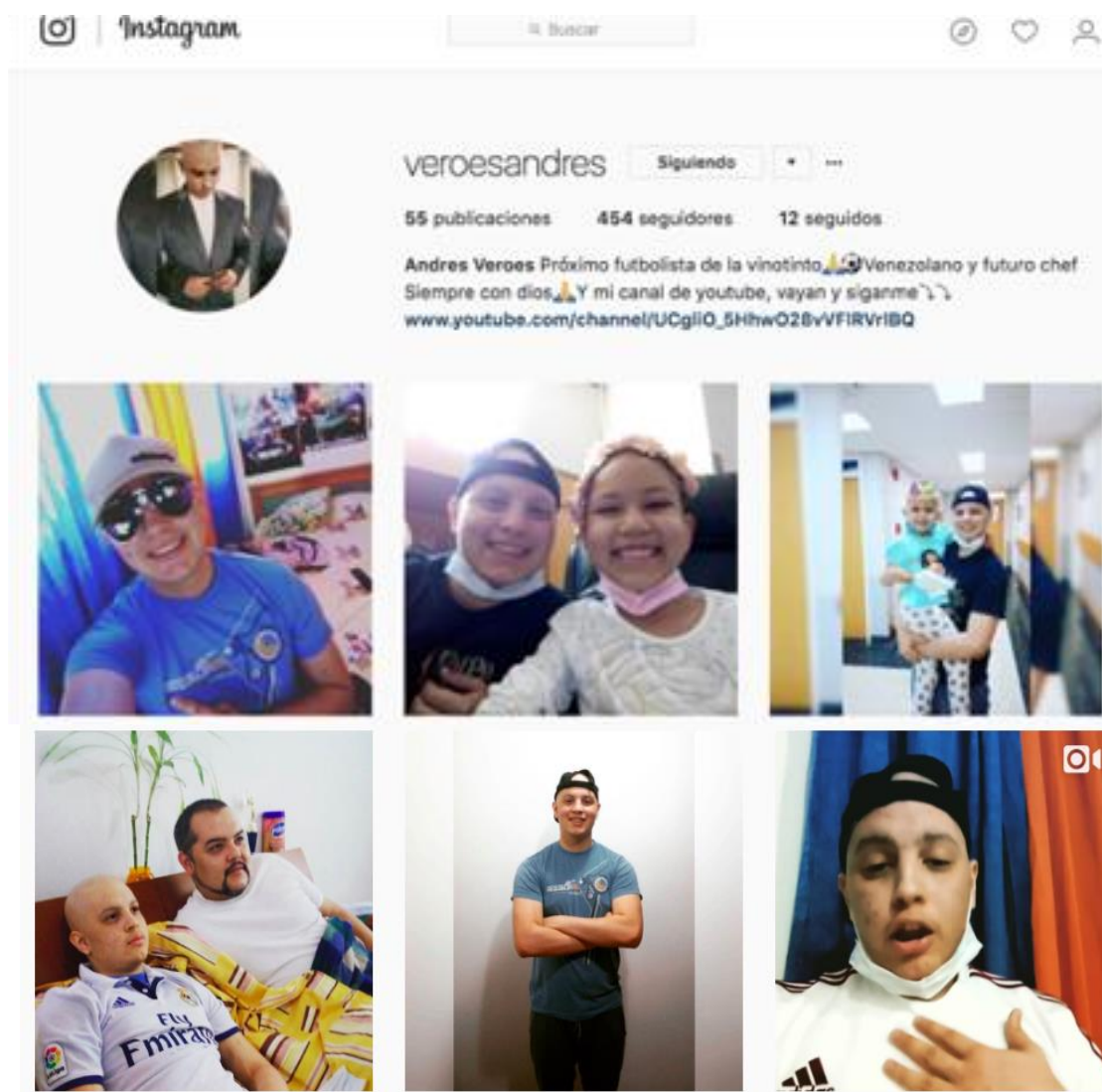
Nombre	estefaniavmm
Nombre de la cuenta	Estefania V Muñoz Mendez
Número de seguidores	1663
Número de seguidos	645
Número de publicaciones	452
Frecuencia de publicación	Diario



Parámetro		
<b>Diseño de Perfil</b>	¿Cómo es la descripción del perfil? ¿Es elaborada por ellos mismos o por terceros (Padres/Representantes)?	Describe su nombre, actitudes, hobbies y personalidad. Además de lemas. Ella y su padre llevan el perfil
<b>Credibilidad/Confianza</b>	La información colgada (post) va respaldada de algún tipo de fuente (validada)	No, pero bien se muestra en una clínica y muestra al personal medico y enfermero además del tratamiento intravenosos que recibe
<b>Emoción</b>	La información colgada (post) contiene emociones, sentimientos, actitudes positivas, Inspira	Si contiene mensajes de fe y esperanza, alegría, se ve sonriente y realizando actividades. Hay videos donde explica lo que le están haciendo de una manera positiva y hay un video cantando y bailando
<b>Información</b>	Informan sobre el estado de los pacientes y sus necesidades	Si, informa que le han hecho, y sobre el tratamiento que le están aplicando
<b>Promueve a la acción colectiva</b>	Bien a través de otras personas gracias a los Repost, o a través de organizaciones y asociaciones afines	SI, ya que posteo un video para un artista el cual fue compartido en las redes y luego en la TV
<b>Desarrolla alguna estrategia para conseguir más ayuda económica</b>	Organizan eventos de recolección de fondos, ventas de artículos especiales, solicitan donaciones	NO
<b>Tienen otras redes sociales, blogs, enlaces o webs</b>	Facebook, Twitter, etc. Blog, Gofundme	<a href="http://www.gofundme.com/todos-con-estefania-munoz">www.gofundme.com/todos-con-estefania-munoz</a>
<b>Utilizan #hashtags</b>	Propios o de uso público	<a href="https://twitter.com/hashtag/2017desanacion">#2017desanacion</a> <a href="https://twitter.com/hashtag/todosconestefania">#todosconestefania</a> <a href="https://twitter.com/hashtag/caminodesanacion">#caminodesanacion</a>

## Perfil 9.


Nombre	Andres Veroes
Nombre de la cuenta	veroesandres
Número de seguidores	454
Número de seguidos	12
Número de publicaciones	55
Frecuencia de publicación	Interdiario



Parámetro		
<b>Diseño de Perfil</b>	¿Cómo es la descripción del perfil? ¿Es elaborada por ellos mismos o por terceros (Padres/Representantes)?	Su nombre además de sus aspiraciones en el futuro, lo que quiere ser de mayor, mensaje de fe y su canal de youtube. La cuenta la lleva el
<b>Credibilidad/Confianza</b>	La información colgada (post) va respaldada de algún tipo de fuente (validada)	NO, pero se puede ver su tiempo en la clínica donde recibe el tratamiento. Y fotos junto con otros niños con los que comparte las sesiones de quimioterapia
<b>Emoción</b>	La información colgada (post) contiene emociones, sentimientos, actitudes positivas, Inspira	Si mucha actitud positiva, de animo, se ve un chico activo y deportista. Y lleva un mensaje contra el gobierno del país
<b>Información</b>	Informan sobre el estado de los pacientes y sus necesidades	Informa sobre cuando tiene que someterse a tratamiento
<b>Promueve a la acción colectiva</b>	Bien a través de otras personas gracias a los Repost, o a través de organizaciones y asociaciones afines	Etiqueta a sus amigos de quimioterapia para que lo sigan
<b>Desarrolla alguna estrategia para conseguir más ayuda económica</b>	Organizan eventos de recolección de fondos, ventas de artículos especiales, solicitan donaciones	NO
<b>Tienen otras redes sociales, blogs, enlaces o webs</b>	Facebook, Twitter, etc. Blog, Gofundme	un canal de youtube. <a href="http://www.youtube.com/channel/UCgliO_5Hhw028vVFIRvrlBQ">www.youtube.com/channel/UCgliO_5Hhw028vVFIRvrlBQ</a>
<b>Utilizan #hashtags</b>	Propios o de uso público	#antetodo #fueraleucemia <a href="#">#fuera cancer</a> #nacho #clínicametropolitana #oscarcitotumundo #condios #esdeven <a href="#">ezolanos</a> #altasdosis #siemprecondios

## Perfil 10.

Nombre	Manu Gomez
Nombre de la cuenta	manu_battling
Número de seguidores	1.070
Número de seguidos	638
Número de publicaciones	81
Frecuencia de la publicación	Interdiario






manu\_battling

Seguir

81 publicaciones 1.070 seguidores 638 seguidos

Manu Gomez God, Strength, Courage, Humility

[www.youcaring.com/manuelhermandomanugomezcortes-745210](http://www.youcaring.com/manuelhermandomanugomezcortes-745210)

**MEDICINAS PARA MANU**

- Cardoxane fcos 500 mg
- Neupogen o Granocyte
- Esofamide fcos 1 g
- Methotrexate fcos 500 mg
- Doxorubicina fcos 50 mg
- Etoposido fcos 100 mg
- Mesna (Urometexan) ampolas 400 mg
- Oncof (Palonosetron) fcos 0,25 mg

Actualizado 1/25/17 MANUEL36@YAHOO.COM


0434 579 2562 | 0414 530 23 32 | 0414 157 06 06

**MEDICINAS PARA MANU**

- Cardoxane fcos 500 mg
- Neupogen o Granocyte
- Esofamide fcos 1 g
- Methotrexate fcos 500 mg
- Doxorubicina fcos 50 mg
- Etoposido fcos 100 mg
- Mesna (Urometexan) ampolas 400 mg
- Oncof (Palonosetron) fcos 0,25 mg

Actualizado 1/25/17 MANUEL36@YAHOO.COM

0434 579 2562 | 0414 530 23 32 | 0414 157 06 06

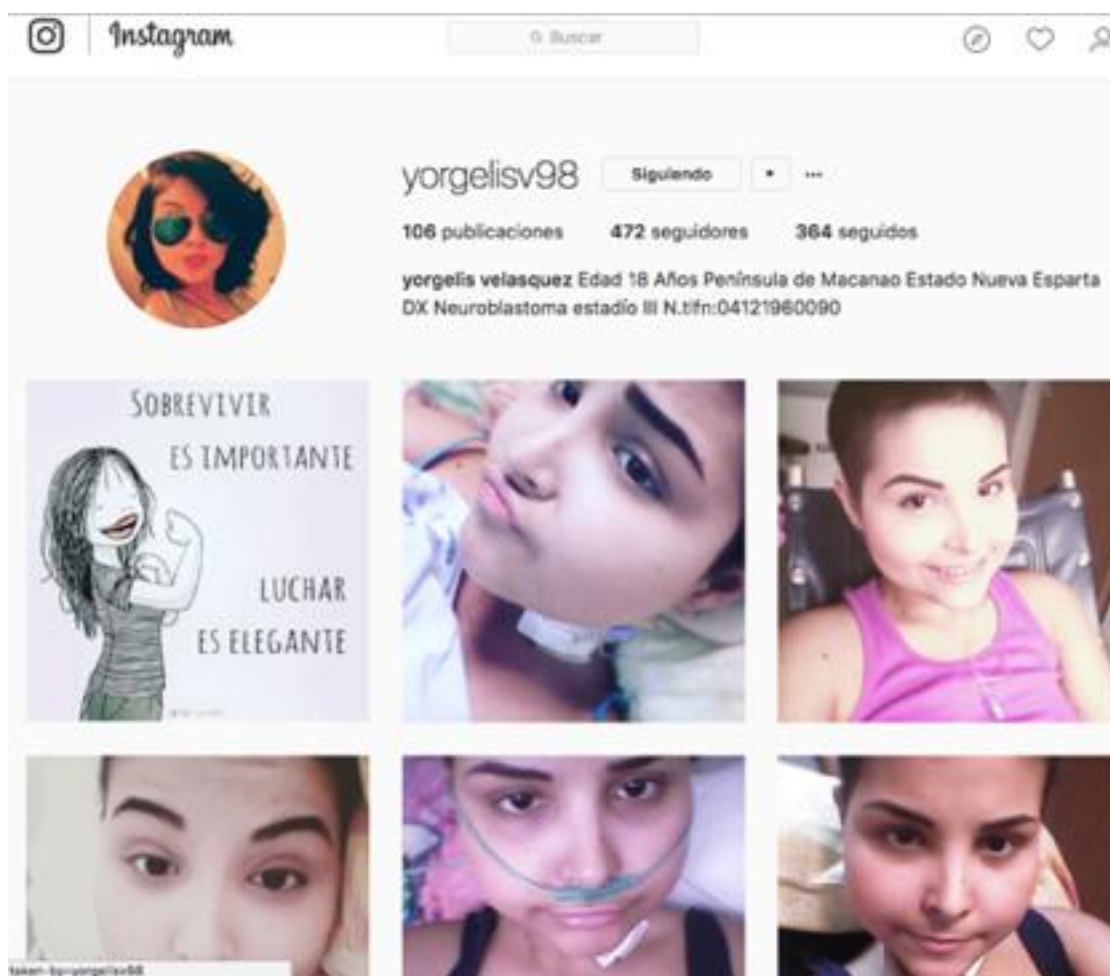


Parámetro		
<b>Diseño de Perfil</b>	¿Cómo es la descripción del perfil? ¿Es elaborada por ellos mismos o por terceros (Padres/Representantes)?	Su nombre. algunas características que considera importante (en inglés esta casi todo el perfil). y además da una dirección web
<b>Credibilidad/Confianza</b>	La información colgada (post) va respaldada de algún tipo de fuente (validada)	Si, se puede ver momentos en la clínica donde esta además de la operación que le realizaron y los medicamentos que necesita
<b>Emoción</b>	La información colgada (post) contiene emociones, sentimientos, actitudes positivas, Inspira	Si, se muestra visitando a otros pacientes además de sus avances en la salud. Al igual que da muestras de agradecimiento....Menciona la situación del país.
<b>Información</b>	Informan sobre el estado de los pacientes y sus necesidades	Si informa como ha sido su tratamiento y operación. Y como ha progresado, además de las medicinas que necesita con Urgencia
<b>Promueve a la acción colectiva</b>	Bien a través de otras personas gracias a los Repost, o a través de organizaciones y asociaciones afines	Si promueve a que sea reposteadas sus peticiones, además etiqueta a personas y a amigos
<b>Desarrolla alguna estrategia para conseguir más ayuda económica</b>	Organizan eventos de recolección de fondos, ventas de artículos especiales, solicitan donaciones	Si, solicita con carácter de URGENCIA medicinas para su tratamiento. Además logro conseguir una alta cantidad de medicinas gracias a una farmacia en Colombia
<b>Tienen otras redes sociales, blogs, enlaces o webs</b>	Facebook, Twitter, etc. Blog, Gofundme	<a href="https://www.youcaring.com/manuelhernandomanugomezcortes-745210">https://www.youcaring.com/manuelhernandomanugomezcortes-745210</a>
<b>Utilizan #hashtags</b>	Propios o de uso público	<a href="#">#GodFirst#Manu#Battling#StrengthCourageHumility</a>



## Perfil 11.

Nombre	Yorgelis
Nombre de la cuenta	Yorgelis Velasquez
Número de seguidores	472
Número de seguidos	364
Número de publicaciones	106
Frecuencia de la publicación	Semanal



Parámetro		
<b>Diseño de Perfil</b>	¿Cómo es la descripción del perfil? ¿Es elaborada por ellos mismos o por terceros (Padres/Representantes)?	Indica su nombre, edad, número telefónico, lugar donde vive, patología
<b>Credibilidad/Confianza</b>	La información colgada (post) va respaldada de algún tipo de fuente (validada)	Se puede ver a la adolescente como físicamente se ve la presencia de la patología además de tener la vía para la quimioterapia y equipo de respiración
<b>Emoción</b>	La información colgada (post) contiene emociones, sentimientos, actitudes positivas, Inspira	Si contiene emociones de dolor y angustia. Aunque coloca # de fe y esperanza se nota una mirada triste en sus ojos además que describe momentos difíciles.
<b>Información</b>	Informan sobre el estado de los pacientes y sus necesidades	Si. Informa sobre su condición de salud. Además de la mala alimentación que recibe en los hospitales.
<b>Promueve a la acción colectiva</b>	Bien a través de otras personas gracias a los Repost, o a través de organizaciones y asociaciones afines	Pide que reporten la situación precaria que tienen en los hospitales
<b>Desarrolla alguna estrategia para conseguir más ayuda económica</b>	Organizan eventos de recolección de fondos, ventas de artículos especiales, solicitan donaciones	NO
<b>Tienen otras redes sociales, blogs, enlaces o webs</b>	Facebook, Twitter, etc. Blog, Gofundme	NO
<b>Utilizan #hashtags</b>	Propios o de uso público	#Dios #Fuerza #Vida #Amor #Belleza #GraciasPorLaVidaQueEsBellaYMeEncantaPorqueEsParaServirteSeñor



## Perfil 12

Nombre	Amaia Montero
Nombre de la cuenta	unmilagroparamaia
Número de seguidores	3685
Número de seguidos	913
Número de publicaciones	126



Parámetro		
	¿Cómo es la descripción del perfil? ¿Es elaborada por ellos mismos o por terceros (Padres/Representantes)?	Describe su enfermedad, nombre y pide ayuda para sus operaciones. Mensaje de fe. Sus padres
<b>Credibilidad /Confianza</b>	La información colgada (post) va respaldada de algún tipo de fuente (validada)	NO. pero es evidente ya que físicamente se puede ver la patología que la niña presenta
<b>Emoción</b>	La información colgada (post) contiene emociones, sentimientos, actitudes positivas, Inspira	Si, se puede ver a la niña con una actitud positiva. Cantando y bailando. Sonriendo en ocasiones, aunque hay algunos post donde aseguran que la niña se encuentra un poco cansada y de mal humor ....Hace menciona a la situación del país
<b>Información</b>	Informan sobre el estado de los pacientes y sus necesidades	Si habla sobre el procedimiento para su próxima intervención quirúrgica, además sobre las gestiones en cuanto a su identificación (cedula de identidad).Del mismo modo habla de un pequeño avance al poder levantarse por algunos momentos. Como de que informa que ya lleva 9 mese en el mismo estado (parcialmente acostada) y pide información sobre pañales que necesita.
<b>Promueve a la acción colectiva</b>	Bien a través de otras personas gracias a los Repost, o a través de organizaciones y asociaciones afines	Si. De hecho su video fue viral en redes ya que cantaba la canción de un artista famoso de Venezuela y este lo RP en sus redes. Además, muchas personas comparten y etiquetan su historia.
<b>Desarrolla alguna estrategia para conseguir más ayuda económica</b>	Organizan eventos de recolección de fondos, ventas de artículos especiales, solicitan donaciones	SI, pide ayuda urgente para conseguir artículos básicos como pañales (a precio considerable)
<b>Tienen otras redes sociales, blogs, enlaces o webs</b>	Facebook, Twitter, etc. Blog, Gofundme	NO
<b>Utilizan #hashtags</b>	Propios o de uso público	<a href="#">#unmilagroparaamaia#yatengocedula#yanosoybebé#saime#identidad#pasaporte#core3#maracaibo#jesusenticonfio#separtedelmilagro#delamanodios#guerrerraincansable#espinabifida#hidrocefalia#escoliosis</a>

## Perfil 13.

Nombre	Stefano Latouche Spinraza
Nombre de la cuenta	unidosporstefano
Número de seguidores	12k
Número de seguidos	2361
Número de publicaciones	424
Frecuencia de las publicaciones	Diario

unidosporstefano Siguiendo

424 publicaciones 12k seguidores 2.361 seguidos

AME-STEFANO LATOUCHE-SPINRAZA FN 02/12/15 Venezuela Mom karla Castillo 04241309424 Dad Leandro Latouche 04143423081 DIAGNOSTICO con AME (atrofia muscular espinal) TIPO1 Enf. Rara [www.gofundme.com/309uz80?ssid=814013440&pos=1](http://www.gofundme.com/309uz80?ssid=814013440&pos=1)

**Ayúdame a seguir con mi Lucha!!!**  
En el exterior Colabora a partir de \$1 Mil gracias!!!

**A BENEFICIO FORO CHATS**  
Bs. 3000

**Ayúdame a seguir con mi Lucha!!!**  
Colabora con Bs. 1000

**GLUTAPAK-IO**  
Dosis instantánea

**GLUTAPAK-R**  
Dosis instantánea

**25 mcg - 125 mcg/ Dosis SUSPENSION PARA INHALACION ORAL**

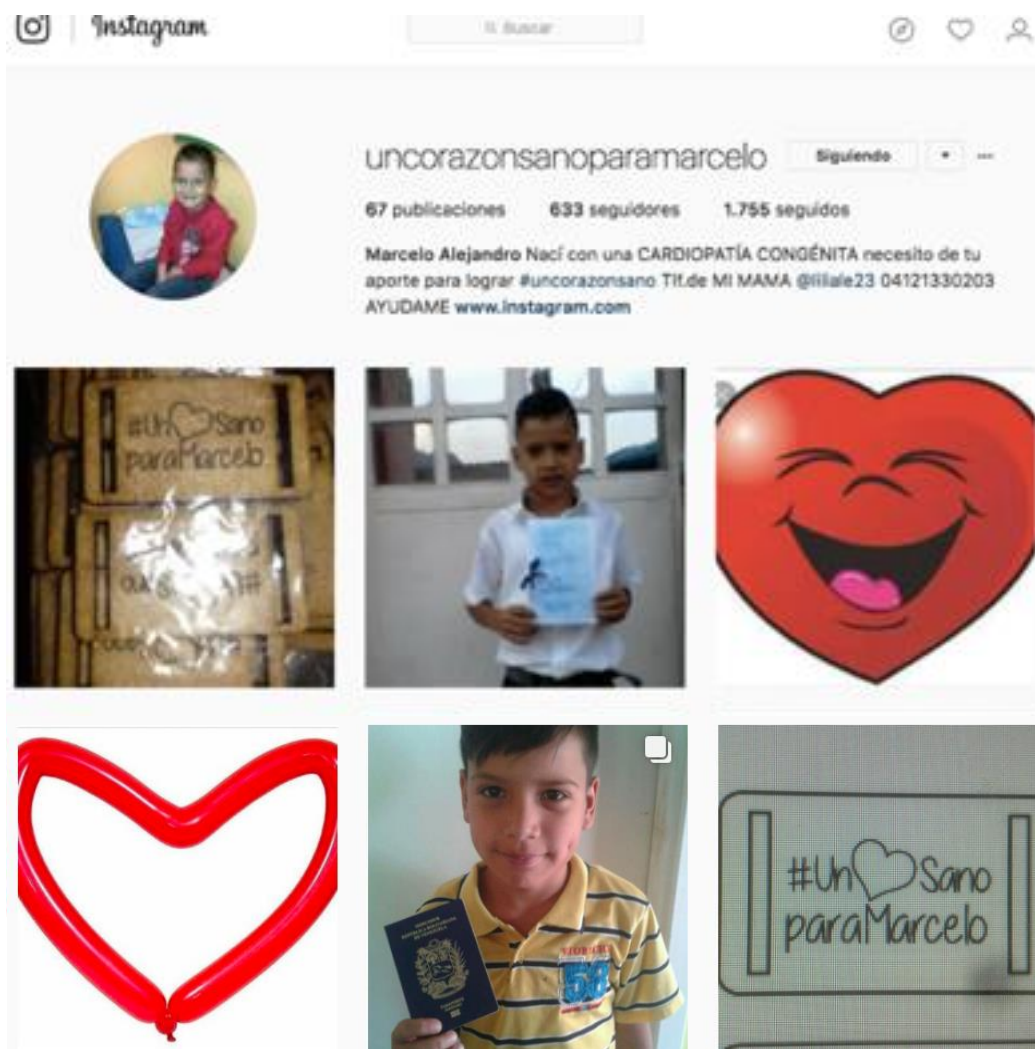
**Xinafoato de salmeterol/ Propionato de fluticasona**

**NECESITAMOS URGENTE**  
@unidosporstefano #StopAme  
LOS SIGUIENTES INSUMOS

Parámetro		
<b>Diseño de Perfil</b>	¿Cómo es la descripción del perfil? ¿Es elaborada por ellos mismos o por terceros (Padres/Representantes)?	Nombre, fecha de nacimiento, padres, números de contacto, y el diagnóstico. También cuenta con gofundme
<b>Credibilidad/Confianza</b>	La información colgada (post) va respaldada de algún tipo de fuente (validada)	Se puede evidenciar por la enfermedad y los equipos que tiene el niño.
<b>Emoción</b>	La información colgada (post) contiene emociones, sentimientos, actitudes positivas, Inspira	Si, mensajes de fe y esperanza. Hacen mención de la situación del país
<b>Información</b>	Informan sobre el estado de los pacientes y sus necesidades	SI información sobre medicinas URGENTES de lo que necesita para su tratamiento, además de las dificultades que están pasando.
<b>Promueve a la acción colectiva</b>	Bien a través de otras personas gracias a los Repost, o a través de organizaciones y asociaciones afines	SI hacen repost y menciones. Las personas también comparten en sus redes
<b>Desarrolla alguna estrategia para conseguir más ayuda económica</b>	Organizan eventos de recolección de fondos, ventas de artículos especiales, solicitan donaciones	Si..Solicitan medicinas y artículos básicos con carácter de urgencia. han realizado, bazares, rifas, forochats, ventas de garajes
<b>Tienen otras redes sociales, blogs, enlaces o webs</b>	Facebook, Twitter, etc. Blog, Gofundme	<a href="http://www.gofundme.com/309uz80?ssid=814013440&amp;pos=1">www.gofundme.com/309uz80?ssid=814013440&amp;pos=1</a>
<b>Utilizan #hashtags</b>	Propios o de uso público	<a href="#">#unidosporstefano</a> <a href="#">#medicinas</a> <a href="#">#insumosmedicos</a> <a href="#">#stopame</a> <a href="#">#stopamevenezuela</a> <a href="#">#unidosomosmas</a> <a href="#">#spinrazavamosporti</a>

Perfil 14.

Nombre	Marcelo Alejandro
Nombre de la cuenta	uncorazonparamarcelo
Número de seguidores	633
Número de seguidos	1755
Número de publicaciones	67
Frecuencia de la publicación	

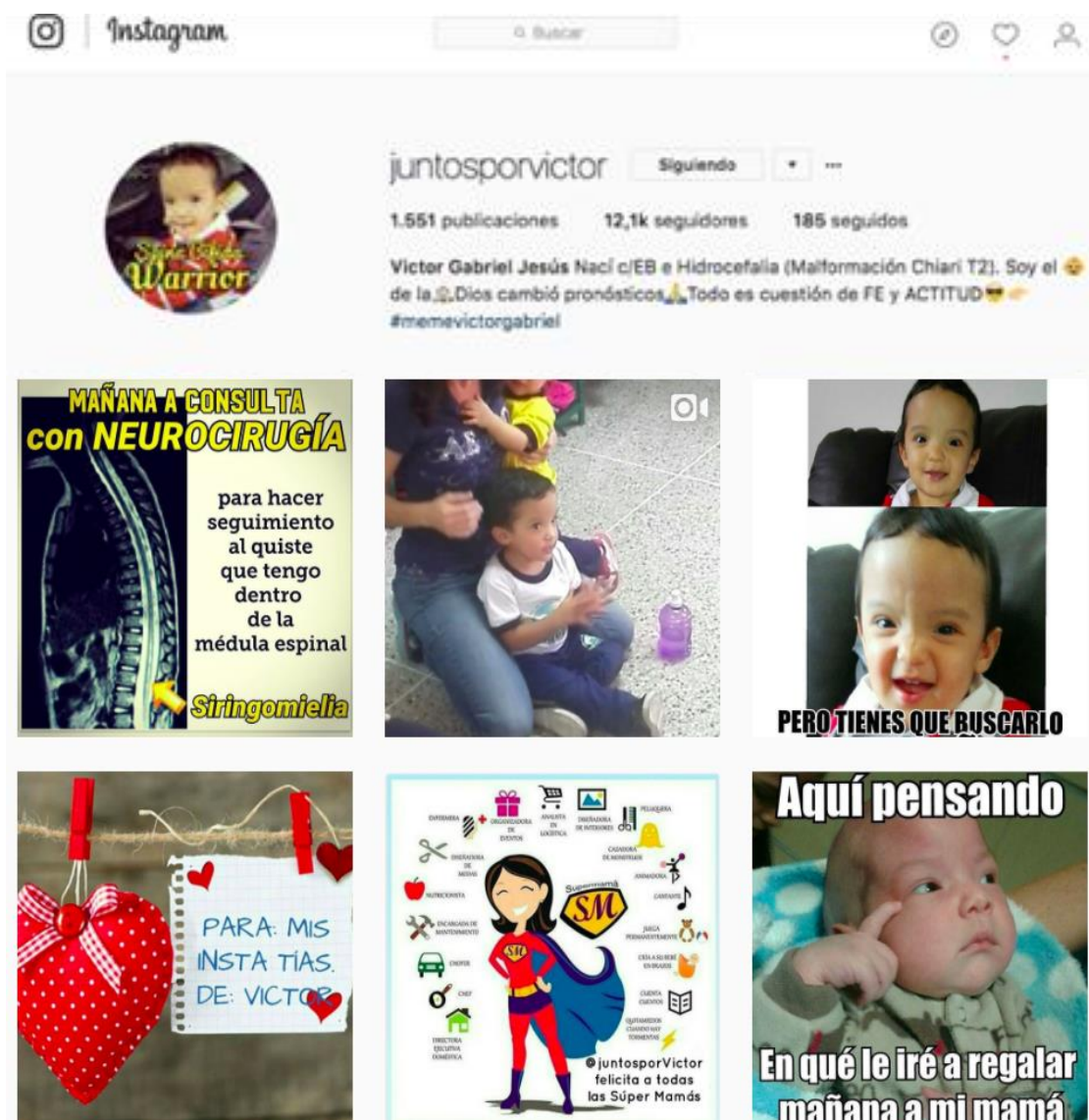


Parámetro		
<b>Diseño de Perfil</b>	¿Cómo es la descripción del perfil? ¿Es elaborada por ellos mismos o por terceros (Padres/Representantes)?	Da su nombre, dice cuál es su enfermedad, pide ayuda y da información telefónica..Promueva su propio hashtag.
<b>Credibilidad/Confianza</b>	La información colgada (post) va respaldada de algún tipo de fuente (validada)	NO.
<b>Emoción</b>	La información colgada (post) contiene emociones, sentimientos, actitudes positivas, Inspira	Si, muestra fe y agradecimiento. El niño realiza actividades en su colegio. Aunque se aprecia tristeza
<b>Información</b>	Informan sobre el estado de los pacientes y sus necesidades	Si hacen mención de la cardiopatía y de los procedimientos que realizan para conseguir las ayudas...Los post en su mayoría llevan el mismo contenido
<b>Promueve a la acción colectiva</b>	Bien a través de otras personas gracias a los Repost, o a través de organizaciones y asociaciones afines	Si promueven a que RP el caso en las redes sociales, mencionan a personas
<b>Desarrolla alguna estrategia para conseguir más ayuda económica</b>	Organizan eventos de recolección de fondos, ventas de artículos especiales, solicitan donaciones	Si, actualmente realizan unas pulseras para su venta para recaudar fondos, y piden ayuda económica
<b>Tienen otras redes sociales, blogs, enlaces o webs</b>	Facebook, Twitter, etc. Blog, Gofundme	Da el instagram de su madre.
<b>Utilizan #hashtags</b>	Propios o de uso público	<a href="#">#lograremiobjetivo</a> <a href="#">#tendremicorazonsano</a> <a href="#">#feenDios</a> <a href="#">#soyunguerreroDeDios</a> <a href="#">#MISPULSERAS</a> <a href="#">#GRACIASSEÑOR</a>



## Perfil 15.

Nombre	Victor Gabriel Jesús
Nombre de la cuenta	juntosporvictor
Número de seguidores	12,1K
Número de seguidos	185
Número de publicaciones	1551
Frecuencia de la publicación	Diario



Parámetro		
<b>Diseño de Perfil</b>	¿Cómo es la descripción del perfil? ¿Es elaborada por ellos mismos o por terceros (Padres/Representantes)?	Da su nombre y descripción de su patología. Envío un mensaje de Fe y actitud. y utiliza un hashtag. Su madre lleva la cuenta.
<b>Credibilidad/Confianza</b>	La información colgada (post) va respaldada de algún tipo de fuente (validada)	NO
<b>Emoción</b>	La información colgada (post) contiene emociones, sentimientos, actitudes positivas, Inspira	Si contiene mensaje de fe y esperanza, agradecimiento. Hacen memes graciosos y se pueden ver actitudes positivas.
<b>Información</b>	Informan sobre el estado de los pacientes y sus necesidades	Da información sobre sus días de vuelta al colegio
<b>Promueve a la acción colectiva</b>	Bien a través de otras personas gracias a los Repost, o a través de organizaciones y asociaciones afines	Etiqueta en sus fotos a amigos, pacientes, enfermera, los cuales también públicas las mismas fotos en sus perfiles
<b>Desarrolla alguna estrategia para conseguir más ayuda económica</b>	Organizan eventos de recolección de fondos, ventas de artículos especiales, solicitan donaciones	No
<b>Tienen otras redes sociales, blogs, enlaces o webs</b>	Facebook, Twitter, etc. Blog, Gofundme	NO
<b>Utilizan #hashtags</b>	Propios o de uso público	#maternal #ronda #bienvenida #lasruedasdelautobus#memevictorgabriel #diadelasmadres #madre #mama #diadelamadre #14m #regalo #pañal #pañales

## 8. Análisis de resultados

### 8.1 Análisis de contenido

Luego del análisis de contenido se procedió a extraer los aspectos más resaltantes, que responde a las preguntas planteadas en los parámetros realizados, para esto se presentan a continuación gráficos, que permiten simplificar y organizar los resultados obtenidos.

En la primera pregunta se buscó conocer quien maneja el perfil de los casos estudiados. Debido a la corta edad de muchos de los niños se pudo asumir que en el 80% (Ver gráfico 1) de los casos sus padres eran quienes manejaban las cuentas, para



afirmarlo se recurrió al uso de las entrevistas y así corroborar nuestra afirmación. Por otra parte resulta importante señalar, que todos hacen descripción de la enfermedad o patología que presentan, siempre dan su nombre y apellido, además de las ubicaciones y números de telefónicos. Además, los nombres de varios de los perfiles aluden a la acción colectiva y a un estado positivo.

	Pregunta 1 (Diseño)
EL/Ella	3
Padres	12

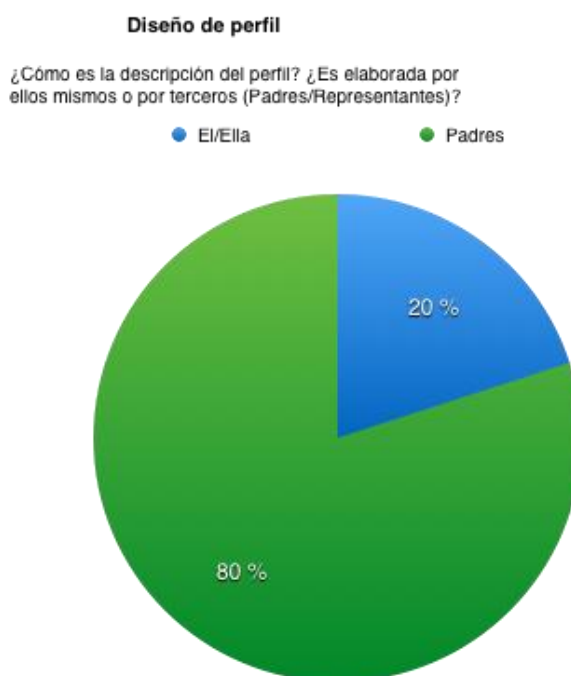


Gráfico 1.

En la segunda pregunta y conforme a lo expuesto en el primer capítulo de la presente investigación, la credibilidad es un término ligado al proceso del creer, la aptitud o propiedad de algo para ser creído, aquello también en virtud o con ocasión de lo cual se produce un acto de fe o creencia. Para que la credibilidad exista tiene que haber cierto nivel de confianza, y en el caso de perfiles, resulta inalienable este punto, pues cuando se transmite las personas se ven impulsadas a colaborar. Para la tranquilidad de los usuarios, respaldar la información aportada con informes médicos sería un sesgo diferenciador a la hora de distinguir estas características. Fue posible abstraer

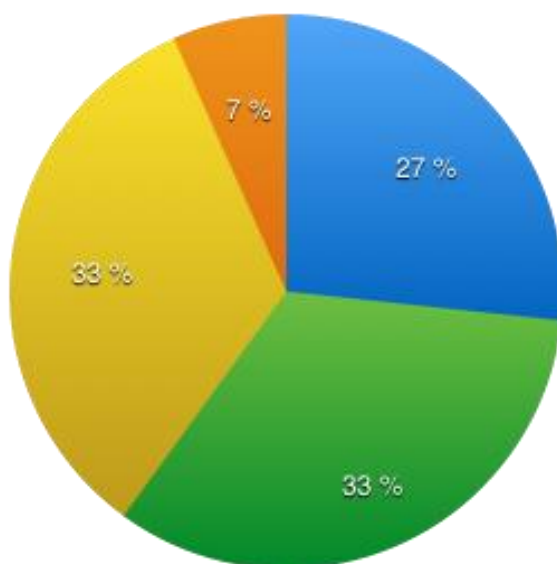
que solo un 7% de los casos estudiados es de decir, 1 sólo perfil, presentaba un aval médico (**Gráfico 2**). El 27% no lo hacía y el resto de los observados o presentaban de manera anatómica algunos rasgos de la enfermedad o se mostraban en recitos hospitalarios. Cada uno de ellos represento el 33%.

Pregunta 2	Credibilidad/Confianza
No	4
No, pero se presenta en el hospital y con algunas características de la enfermedad	5
No, pero se ve físicamente	5
Si	1

#### Credibilidad/Confianza

¿La información colgada (post) va respaldada de algún tipo de fuente (validada)?

- No
- No, pero se presenta en el hospital y con algunas características de la enfermedad
- No, pero se ve físicamente
- Si

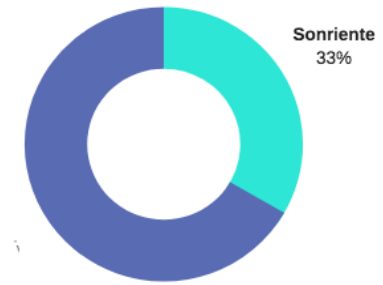
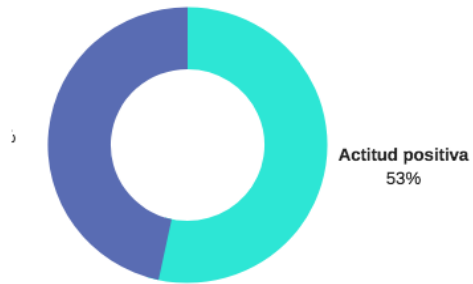
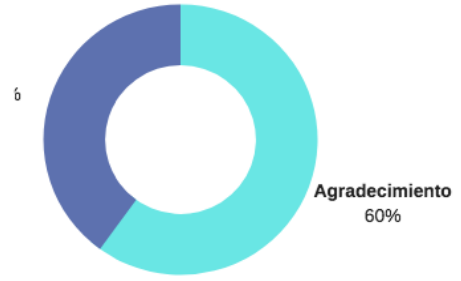
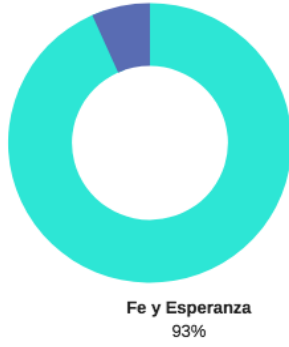


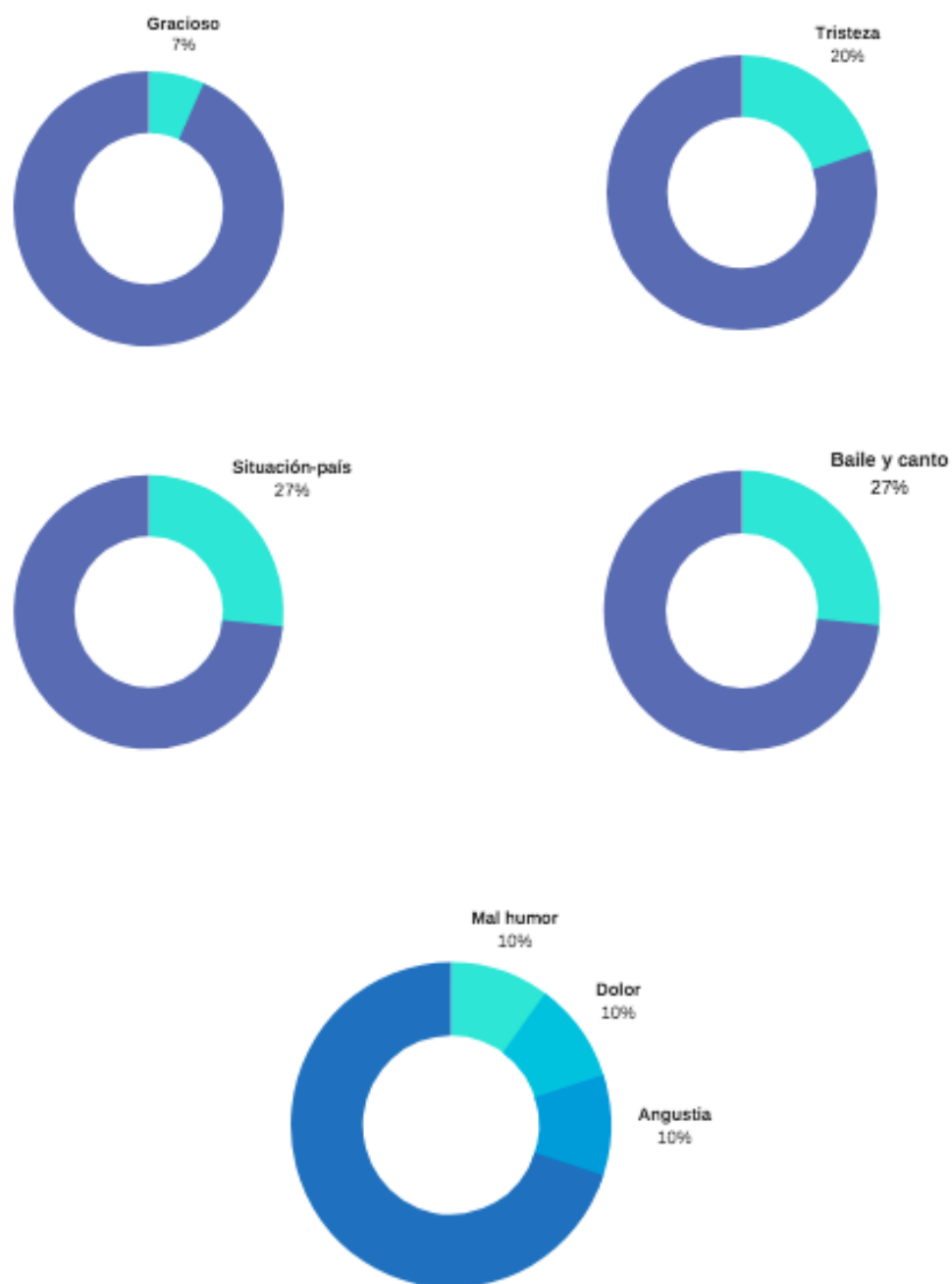
**Gráfico 2**

La pregunta número 3, busco distinguir si se observaba alguna emoción o sentimiento. De acuerdo, al apartado 5 del marco teórico, la subjetividad es trascendental, debido a

que se realiza desde miradas particulares. No obstante aspectos curiosos, salieron a la luz en esta investigación, uno de ellos fueron los mensajes y muestras de Fe y esperanza, 14 de los 15, es decir un 93% de los perfiles estudiados demuestran esta emoción o sentimiento(**Gráfico 3**). El agradecimiento está presente en un número de 9 perfiles o sea un 60% y la actitud positiva en 8 perfiles con un 53%. Seguidos a estos se desprenden más actitudes. En general los sentimientos positivos reinan en los perfiles, aunque hay momentos de angustias, tristezas, cansancio.

Pregunta 3	Emoción/Sentimientos
Fe y Esperanza	14
Actitud positiva	8
Sonriente	5
Agradecimiento	9
Gracioso	1
Tristeza	3
Difícil situación del País	4
Cansado/Mal Humor	2
Dolor	2
Angustia	2
Baile y canto	4



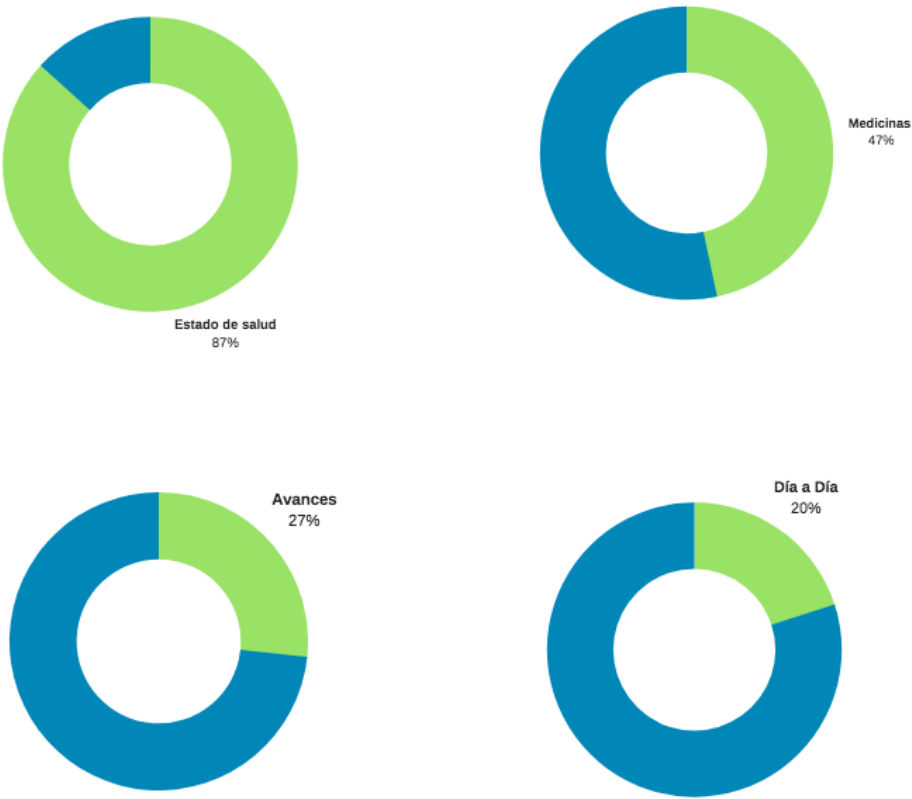


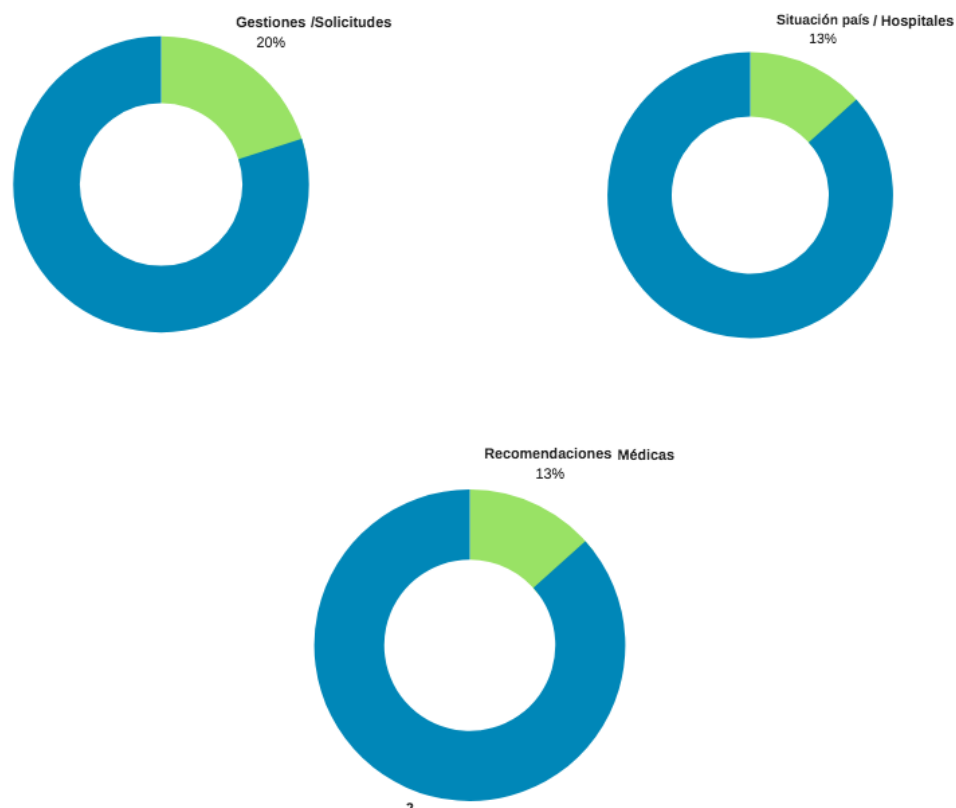
**Gráfico 3.**

Las necesidades, fue uno de los primeros conceptos estipulados en la investigación, en donde la propiedad indiscutible, es que los sujetos se ven motivados a cubrir sus necesidades, objeto por el cual buscan de alguna manera dar respuestas a estas, bien sea “como petición y como reclamo”, para ello se observó cómo las necesidades se dan

a conocer a través de Instagram, en el **Gráfico 4.** se muestra como un 87% reporta sobre su estado de salud, aunque un dato revelador, fue la solicitud de medicinas con carácter de urgencias, un 47% hace la solicitud, lo cual es una demostración del nivel de escasez de fármacos en el país.

Pregunta 4	Información
Estado de salud	13
Medicinas urgentes	7
Gestiones y solicitudes	3
Día a Día	3
Avances y mejoras	4
Situación de hospitales/país	2
Recomendaciones de los médicos	2



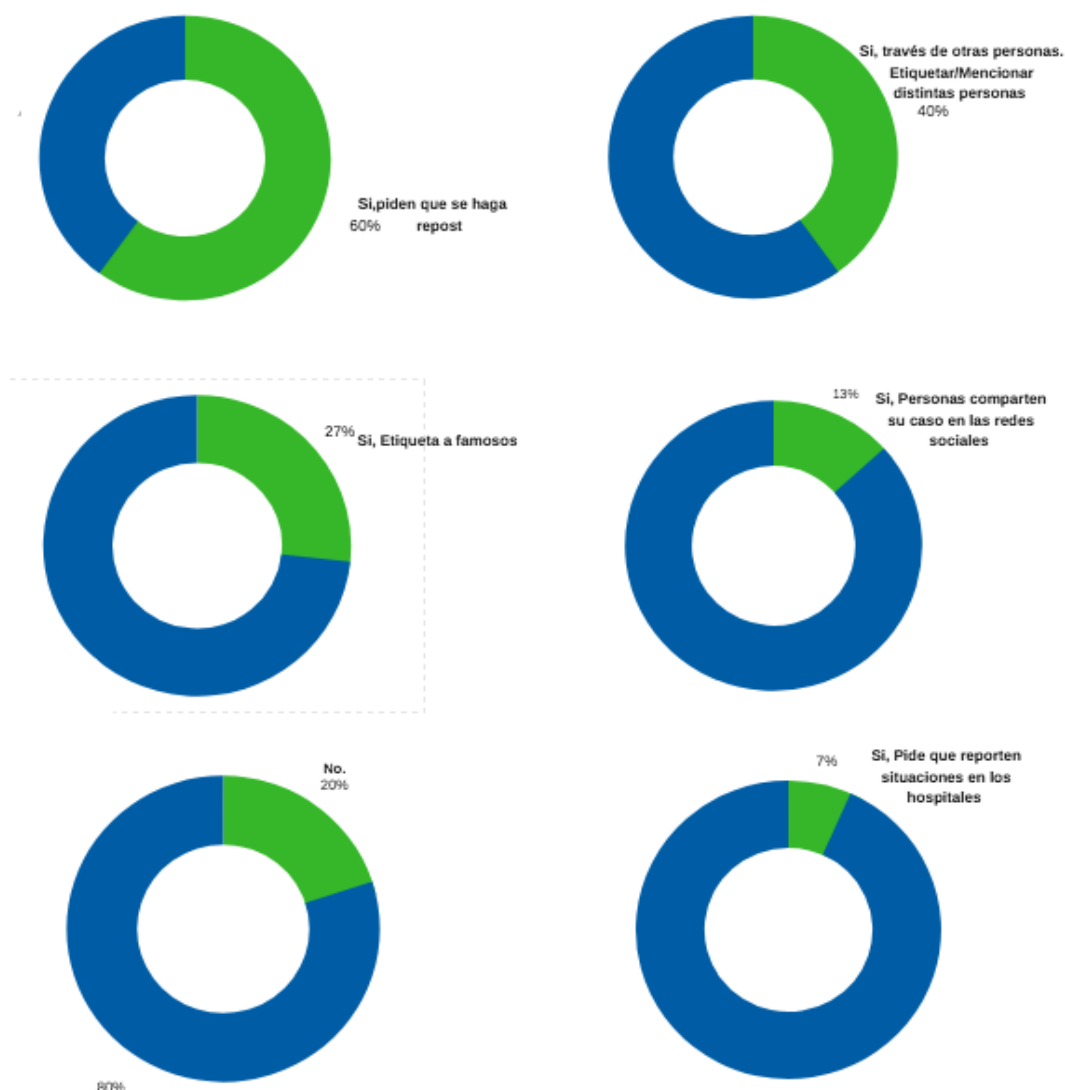


**Gráfico 4**

La acción colectiva y sus características están presentes en los casos estudiados, pues a través de algunas estrategias digitales como el repost, menciones y etiquetas, promueven a que las personas tengan mayor nivel de conocimiento sobre las dificultades públicas y colectivas. La solidaridad, el apoyo social, y la interacción se hacen evidentes una vez más como manera de actuación dentro de los movimientos sociales y acciones realizadas por los usuarios o seguidores de los perfiles estudiados. **(Ver gráfico 5).** En la mayoría de los casos, un 60% pide que se haga repost, mientras que un 40% lo realiza por medio de otras personas.

Pregunta 5	Promueve a la acción colectiva
Si, piden que hagan repost del caso.	9
Si, a través de otras personas. Etiquetar/Mencionar distintas personas	6
Si, Personas comparten su caso en las redes sociales	2

Etiqueta a famosos	4
Pide que reporten situaciones en los hospitales	1
No	3



**Gráfico 5**

Otro de los fenómenos interesantes a descubrir en el análisis es, cómo nuevamente las necesidades de las personas salen a relucir, pues, solicitud de medicinas o algún producto básico (leche, pañales), figuran en un 47% de los perfiles, seguidos por las solicitudes de donaciones 40%. Por otro lado, son 6 los perfiles (Ver gráfico 6), los que no desarrollan ninguna estrategia para recibir ayuda económica. Para confirmar, si existe evidencia de participación ciudadana, pues tal como fue definido en páginas



anteriores, los individuos “tomar parte” ante una determinada situación que requiere ser solventada, es por ello, que tanto los perfiles como seguidores se hacen partícipes en acciones para alcanzar un objetivo. En las siguientes páginas se evidenciará con mayor énfasis gracias a las entrevistas realizadas.

Pregunta 6	Desarrolla alguna estrategia para conseguir más ayuda económica
Organizan eventos de recolección de fondos,	2
Ventas de artículos especiales	2
solicitan donaciones	6
Piden ayuda para conseguir alguna medicina/producto básico	7
Nada	6

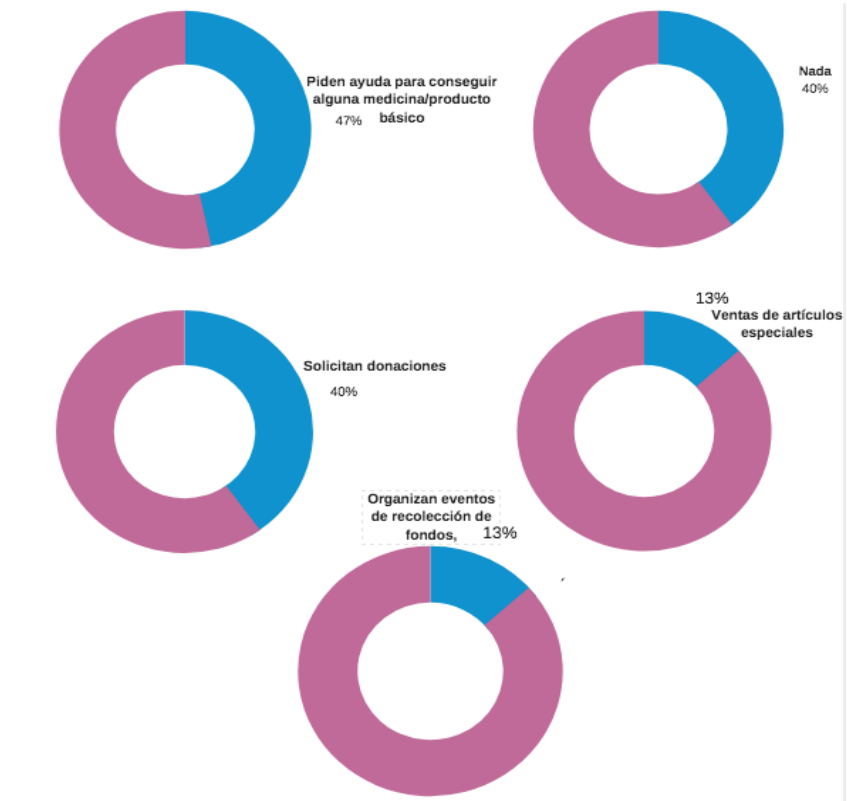


Gráfico 6.

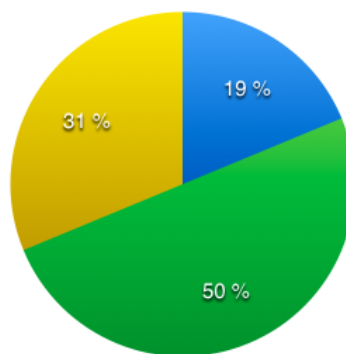
Gracias a las siguientes gráficas se puede conocer en qué proporción los usuarios utilizan otras redes sociales, resultando que un 50% de los perfiles no poseen otras cuentas. Y por último en la pregunta número 8, un 73% hace uso de hashtags en sus perfiles.(Ver gráficas 7 y 8)

Gráfico 7

Pregunta 7	Otras Redes sociales
SI	3
NO	8
Otros: Gofoundme/enlaces	5

¿Tienen otras redes sociales, blogs, enlaces o webs ?

● SI ● NO ● Otros: Gofoundme/enlaces



Pregunta 8	Hashtags
SI	11
No	4

¿Utilizan #hashtags?

● Si ● No

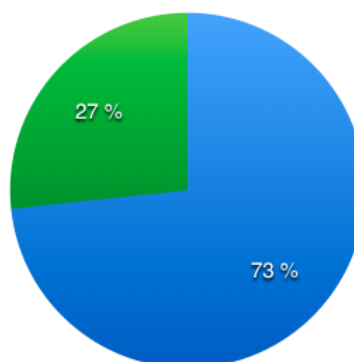


Gráfico 8.

## 8.2 Análisis de entrevistas a perfiles.

Acto seguido se procedió con el análisis de las entrevistas que se hicieron a los perfiles, las preguntas se realizaron en función a los parámetros analizados (ver tabla de entrevista) y con un enfoque hacia los protagonistas, resulta importante resaltar, lo difícil de la comunicación con las personas, en primer lugar por la diferencia de horario, en segundo por la disponibilidad y por último por la severidad de las enfermedades, por lo tanto solo se pudo realizar la entrevista a un 40% de los casos estudiados (gráfico 9). No obstante, las 6 personas de las cuales se pudo lograr obtener respuestas fueron muy abiertas y agradecidas. Merece la pena resaltar, tal como se puede ver en el gráfico número 10, hubo personas quienes se tomaron el tiempo para responder, pero tras situaciones de salud delicadas, o temas sobre tratamientos médicos no pudieron finiquitarse las entrevistas y por prudencia no se les insistió. Un caso, en lo personal, difícil fue conocer que uno de los perfiles analizados, al cabo de semanas de iniciado el seguimiento, la niña falleció.

Diseño del perfil

1.-¿ Le ayudaron a realizar el perfil, ya sabía como utilizar instagram?

Seguidores \*\*

2.-¿ Cómo ha logrado alcanzar el número de seguidores que tiene?

3.-¿ Piensa que instagram ha sido útil para conocer su caso?

Desarrolla alguna estrategia

4.-¿ Cuáles son los tips o consejos que ha recibido para manejar la cuenta?

Promueve a la acción colectiva.

5.-¿ A través de instagram ha podido conseguir las medicinas con carácter de urgencia?

6.-¿ Su caso ha ganado más notoriedad por los Repost, menciones, etiquetas a artistas, famosos, influencers?

7.-¿Cuál considera -de los puntos anteriores- que le ha sido de mayor ayuda?

Experiencias

8.-¿ Qué le gustaría aprender o saber sobre instagram y su manejo?

9.-¿ Qué anécdota o hecho curioso nos puede contar sobre su perfil en instagram?

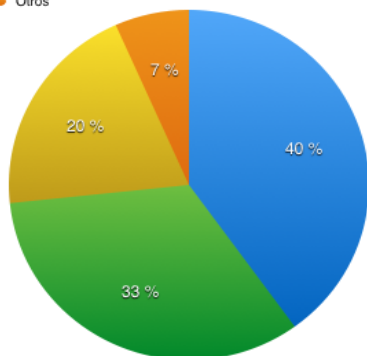
\*En este caso interesa

\*\*El interés en este caso es saber cómo se produce un fenómeno.

Tabla de Entrevistas  
Fuente: Elaboración propia

Análisis de Entrevistas	Numero de respuestas
Respondieron	6
Respondieron pero no fue posible la entrevista (distintos factores)	5
No respondieron	3
Otros (muerte)	1

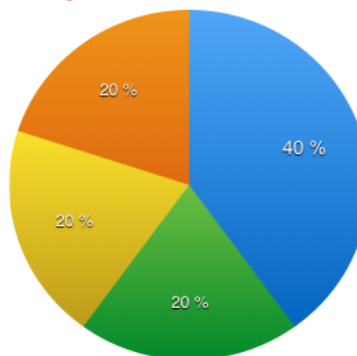
- Respondieron
- Respondieron pero no fue posible la entrevista (distintos factores)
- No Respondieron
- Otros



**Gráfico 9**

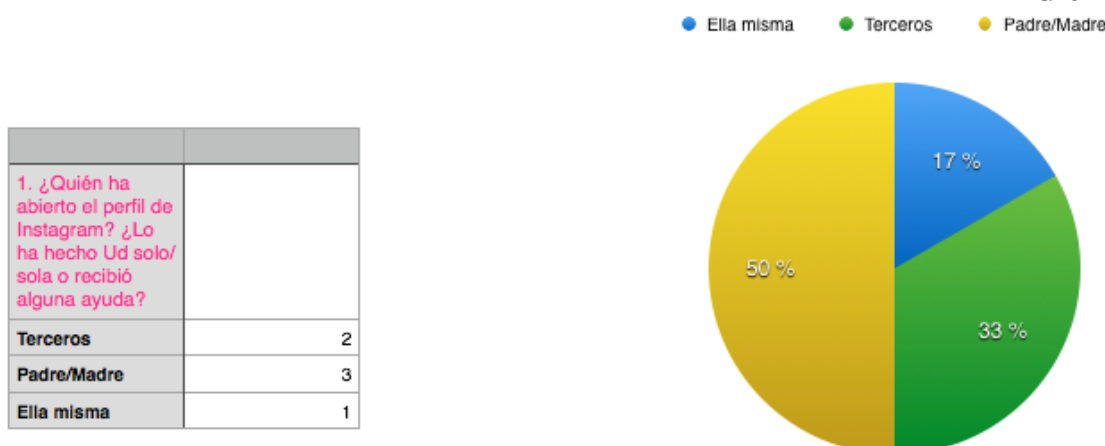
Razones por las que no fue posible la entrevista	
Hospitalización/situación delicada	2
Tratamiento de quimioterapia	1
Vergüenza a hablar	1
No siguieron respondiendo	1

- Razones por las que no fue posible la entrevista Hospitalización/situación delicada
- No siguieron respondiendo
- Vergüenza a hablar
- Razones por las que no fue posible la entrevista Tratamiento de quimioterapia

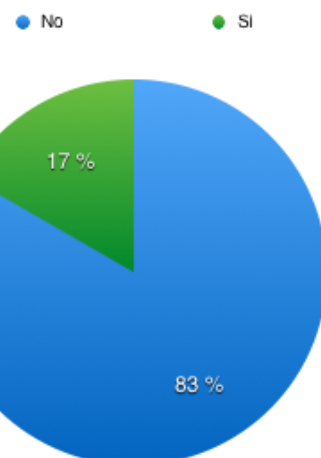


**Gráfico 10**

**Gráfico 11**



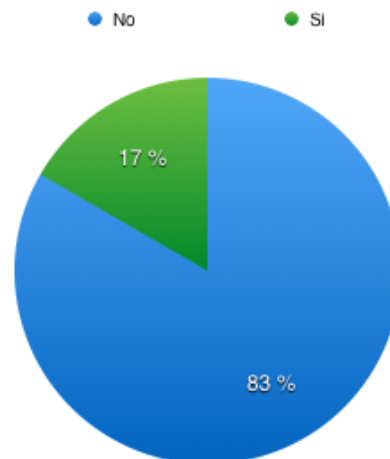
2. ¿Ya sabía como utilizar instagram?	
Si	5
No	1



**Gráfico 12**

Los gráficos anteriores(**gráfico 11 y 12**) demuestras las respuestas de las preguntas 1 y 2 de las entrevistas, las cuales nos confirman una vez más que en su mayoría los padres son los que llevan los perfiles en Instagram, pero también se dio a conocer que existen algunos casos que las cuentas son llevadas por terceros, un caso particular es el del perfil 4 (@juntosporvictor ) quien a la hora de la entrevista, nos comentó que es ella quien también lleva la cuenta de @bendiciendoajose, pues dada la positiva experiencia que tuvo con la cuenta de su hijo, decidió ayudar y enseñar a la familia de José a utilizar Instagram y de esta manera dar a conocer el caso del niño. Del mismo modo, y confirmando el análisis de contenido son pocos los casos donde utilizan otras redes sociales, para difundir información referente a los pacientes.

11. ¿Maneja otras redes sociales para dar a conocer el caso?	
Si	1
No	5



Las entrevistas realizadas, las cuales se pueden leer en el apartado de anexo, aportaron a la investigación datos trascendentales e individuales, basados en experiencias particulares. Todos confirman que Instagram ha sido una herramienta idónea a la hora de dar a conocer la enfermedad, y sobre cómo esta funge de apoyo ante la situación a la que se enfrentan. Una vez más sale a relucir el tema de la escasez, donde de una manera u otra han logrado conseguir ayuda, pues aseguran que “al mismo día o máximo al segundo día ya tienen el medicamento que necesitan”, mientras otros que por fortuna no se han visto desprovisto de fármacos, si han ayudado a una paciente que lo solicitaba de manera urgente. Otro hecho curioso es que el hecho de mencionar a artistas o famosos y que ellos hagan repost del caso, representa la estrategia más significativa para alcanzar seguidores y notoriedad. Por su parte se dividen las opiniones sobre si desean aprender sobre el manejo de Instagram, unos aseguran estar cómodos con el manejo de sus cuentas, mientras otros desean conocer todas las ventajas de esta red social. Resulta importante señalar, que a la hora de preguntar alguna anécdota curiosa 2 de los casos, tuvieron experiencias negativas, una de ella fue la imprudencia y la falta de veracidad en la información compartida y la otra fue la desconfianza que seguidores expresaron con el caso. En la otra mano, las anécdotas positivas se relacionan a el alcance de su situación y como personas ajenas, desconocidas, famosas se hacen partícipes, lo cual, llena de alegría y fortaleza a los pacientes. Por último, al finalizar la entrevista, les comenté a los entrevistados, que más allá del trabajo que he venido realizando, conocer la situación por la cual atraviesan, hizo que surgiera el interés por realizar una breve guía de tips sobre el uso adecuado de Instagram, y de esta manera hacer una pequeña aportación

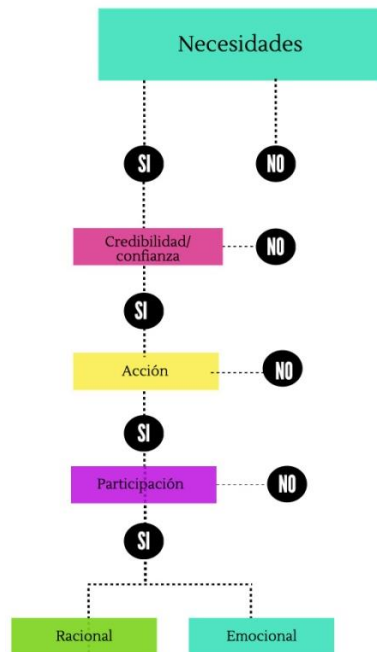
personal y profesional.

### 8.3 Encuestas.

Al mismo tiempo que se realizaron las entrevistas, con la herramienta de SurveyMonkey, (Ver anexos), se buscó obtener información sobre los terceros actores, es decir usuarios de la red social Instagram que comentaban, “reposteaban” o daban like a fotos de los casos estudiados. Resulto riguroso obtener respuestas de estas personas, y la recopilación de las mismas se hizo de manera apresurada, pues el tiempo de la entrega de trabajo se acercaba. Se recomienda profundizar en el tema, ya que el siguiente análisis se realiza en forma ligera en base a las respuestas obtenidas. En primer lugar, las personas aseguran colaborar debido a la crisis humanitaria que hay en Venezuela, en el tema de desconfianza hay personas que les genera un poco de duda al colaborar, pero aseguran que después de hacerlo tienen una gran satisfacción personal. En su mayoría forman parte de las acciones llevadas a cabo por los Instagramers para obtener algún tipo de colaboración y así activar la participación ciudadana. Instagram continúa siendo la red social, por medio de la cual, las personas cooperan más, lo cual pone en evidencia los conceptos estudiados. Para resumir podemos decir, que las personas (a las cuales denominaremos followers) al ver alguna necesidad, Si sienten la confianza suficiente toman acciones (bien sea repost, likes, comentarios, otros) lo cual se traduce en una participación ciudadana, esta participación puede ser evocada bajo la racionalidad (pidiéndole mayor información, corroborando información médica, otros) o bajo las emociones, en donde ayudaron debido a que sentían “pena”, les recordaba a algún familiar o habían pasado ya por esa misma situación.

Diseño del perfil
1.-¿ Qué es lo que mas te ha llamado la atención en el perfil?
Confianza/Credibilidad
2.- ¿ Qué te motivo a ayudar?*
3.-¿ Sientes confianza a la hora de ayudar?
Emoción
4.-¿ Qué sentimientos o emociones te generan antes y después de colaborar?
Información
5.-¿ Crees que instagram es una herramienta eficaz para recibir información acerca de estos casos?
Acción colectiva
6.-¿ Qué acciones haces para ayudar con el caso- publicación en tu perfil, haces repost, etiquetas a personas?
7.-¿ A cuantos perfiles/organizaciones has ayudado gracias a Instagram? **
*es saber cómo se produce un fenómeno.
**En este caso interesa conocer la magnitud

Tabla de  
Encuestas.  
Fuente:  
Elaboración  
propia.



Fuente: Elaboración propia.

#### 8.4 Casos de estafas.

##### Caso Nadia.

El caso Nadia se centra en una niña, que padece una enfermedad terminal, la cual necesita ser intervenida quirúrgicamente en repetidas ocasiones y de esta manera poder aumentar su esperanza de vida. Su historia se da a conocer por medios de comunicación, donde llega a aparecer en los principales canales de TV de España, informan sobre el estado médico de la pequeña y relatan lo importante que es recaudar fondos para su enfermedad. Muchas personas se solidarizan con el caso, se unen a la causa y ayudan a sus padres a conseguir el dinero (a través de donaciones, ventas, verbenas, eventos, otros). El cuento sobre la enfermedad de Nadia llega a tocar los corazones de muchos incluidos artistas y famosos del país, los medios internacionales también plasman en sus páginas de periódico sobre la desgarradora historia de la niña. El caso se vuelve sumamente popular, y es en este punto donde distintos expertos (tanto biomédicos como periodistas) comienzan a realizar las averiguaciones pertinentes y de esta manera comprobar la veracidad de la patología. Son estas investigaciones las que arrojan una serie de resultados, aclaradores, los cuales desenmascaran el plan de estafa que era llevado a cabo por los progenitores de



la niña.

De manera rápida enumeraremos algunos aspectos interesantes, los cuales se asocian a los términos expuestos en nuestro marco teórico y en función a los parámetros utilizados en la metodología.

**Diseño:**

- De manera altruista un experto en publicidad ayuda a la familia a dar a conocer el caso de Nadia a través de spots televisivos.
- También la historia es manejada y compartida por sus padres.

**Necesidades:**

- La necesidad de continuar con vida hace que Nadia requiera operaciones y estudios médicos urgentes, muchos de ellos llevados a cabo en el extranjero.

**Emoción:**

- Distintas emociones son presentadas ya que se muestra a la niña en los diferentes programas de TV (incluso con el cabello rapado).
- Alegan que con una operación pueden evitar la muerte de Nadia.
- Lloran frente a las cámaras al dar a conocer el caso.
- Se observan profundamente tristes y preocupados.

**Credibilidad y confianza:**

- Al ser una historia popular y presentada en medios respetados en España, la historia pasa a tener notoriedad y confianza.
- Es creíble ya que la niña físicamente presenta una condición especial o discapacidad.
- No se provee de informes fidedignos sobre el diagnóstico de la “rara enfermedad”

**Participación ciudadana:**

- Las personas realizan diferentes eventos en la comunidad para colaborar.
- Artistas y famosos dan a conocer el caso.
- Realizan una lotería con el nombre de la niña para recaudar fondos
- Las personas hacen donaciones al caso.
- Crean una fundación.

**Acción colectiva:**

- Comunidades, familiares y amigos ayudan en la recolección de dinero de manera organizada.
- Desarrollan estrategias para promover la acción colectiva (gracias a la ayuda de expertos que se solidarizan con el caso)
- Comunican e informan sus padres sobre el caso para así hacer un llamado al colectivo.

**Otros puntos interesantes a mencionar son:**

- La falta de informes médicos.
- La cobertura mediática que tuvo el caso en España.
- Los presuntos hechos delictivos en los cuales estuvo implicado el padre de Nadia y por lo cual permaneció privado de libertad en años anteriores.

- Lo activa y traviesa que se muestra la niña padeciendo una enfermedad grave y terminal.
- Las emociones y sentimientos son trasladados a todos los ámbitos a la hora de informar.
- La palabra “muerte” es protagonista en el relato sobre la patología.

### **Caso de Franklin Serpa.**

Serpa es un venezolano de 31 años, que llegó a Madrid con la finalidad de someterse a tratamiento debido a un carcinoma que ponía en riesgo su vida. Al conocer la historia, un reconocido periodista venezolano arraigado en Madrid, se enteró del caso y se dio a la labor de colaborar y difundir información, en sus redes sociales, para ayudar al joven. Muchas ONGs se sensibilizaron con la situación y se unieron a la causa. Fueron realizados varios eventos con la finalidad de recaudar fondos con para la operación que se llevaría a cabo en Houston. Pasado algún tiempo, tuvo una intervención en un centro asistencial madrileño, debido a una complicación respiratoria, al ser intervenido nuevamente aseguro padecer de cáncer, luego de distintas evaluaciones se pudo confirmar la inexistencia de tal carcinoma. Es una de las enfermeras quien alerta al periodista sobre la falsedad de la enfermedad, y es este quien se da a la tarea de desenmascarar la situación y confirmar la estafa de Serpa.

Algunos aspectos extraídos del caso y en conformidad a nuestros parámetros son:

### **Diseño:**

- Difusión por parte de terceros, sobre el caso Serpa, -a través de las redes sociales de Noé Pernia.
- Serpa hacía videos durante su hospitalización y eran compartidos en las redes sociales.

### **Necesidades:**

- La necesidad de continuar con vida y ser sometido a operación y tratamiento para erradicar el cáncer.

### **Emoción:**

- Trasmite malestar físico y se presenta con un estado convaleciente, lo cual genera mucha pena. Se presenta como un joven humilde con una enfermedad terminal, que incluso se rapa el cabello.
- Hablan y camina con dificultad, lo cual también generara emociones.
- Al ser un joven que esta fuera de su país, solo, y con una enfermedad genera mucha empatía a sus compatriotas.

### **Credibilidad y confianza:**

- Da credibilidad por su apariencia.
- Presenta informes médicos sobre su enfermedad
- Tiene el respaldo de un periodista reconocido.

### **Participación ciudadana:**

- Las personas realizan diferentes eventos para colaborar.

-Se da a conocer el caso a través de las RRSS.

-Las personas hacen donaciones al caso.

**Acción colectiva:**

-Comunidades y ONGs ayudan en la recolección de dinero de manera organizada.

Otros aspectos:

-Había realizado una estafa en su país de origen años anteriores.

Cabe destacar que ambos casos, sus actores se encuentra siendo investigado por la policía Española y los organismos pertinentes, y esperan ser juzgados por los hechos de estafa.

## **9. Conclusiones.**

El trabajo presentado se basó en una investigación exploratoria, que tuvo como propósito abrir un foco ante un asunto muy presente en la sociedad venezolana, el punto de partida fueron las redes sociales y gracias a una justa indagación se precisó que la red social seleccionada sería Instagram. Inmersos en los estudios, se pudo corroborar la poca documentación sobre el tema, por tanto, se seleccionaron conceptos importantes a la hora de hacer un estudio sobre la colectividad. Una vez culminado este proceso de investigación encaminado hacia Análisis de la red social Instagram como herramienta para dar a conocer casos médicos en Venezuela en el año 2017, se hace necesario puntualizar las siguientes conclusiones, las cuales se corresponden con cada uno de los objetivos planteados en esta investigación:

### **Sintetizar los contenidos teóricos-conceptuales sobre acciones sociales.**

Los conceptos expuestos en el primer apartado de la investigación (necesidades, acción colectiva, participación ciudadana, emociones, confianza y credibilidad) se enlazan a los casos estudios, esta afirmación se obtiene luego del análisis de contenido de 15 perfiles, las entrevistas a los administradores de dichas cuentas y las encuestas realizadas a personas que comentaron en estos espacios. Atestiguando el hecho de que dichas concepciones se trasladan a los esquemas digitales, siendo Instagram una clara herramienta para promoverlos.

Frente a la situación-país por la cual atraviesa Venezuela, es evidenciable que las necesidades de las personas no son cubiertas, el área de salud no escapa de la realidad, en Instagram, las entrevistas y encuestas elaboradas, se aprecia un malestar debido a la crisis. El arduo escenario pone en prueba, cómo la escasez de medicinas es una de los otros estragos por los cuáles tienen que pasar los pacientes, a la hora de padecer de alguna enfermedad en el país. Y es Instagram una nueva ventana farmacéutica para poder obtener los medicamentos que necesitan o las ayudas monetarias.

La acción colectiva irrumpe en la Venezuela virtual, las personas toman acciones (menciones, etiquetas, repost, comentarios y likes) de manera libre para dar cobertura a los perfiles, la red social, viene a fungir como proposición de conexión, cooperación y compromiso, dando pie a una comunidad de ciber-activistas sensibilizados ante una problemática. En las entrevistas y en las encuestas se reconoció que existen comunidades medianamente organizadas donde los padres de los niños afectados comparten experiencias, además de realizar gestiones para servir de voceros de la realidad.

La participación ciudadana, se plasma en la plataforma digital estudiada, los usuarios penetran en los espacios virtuales para ayudar a satisfacer las necesidades que no han

sido resueltas por la gerencia de turno en el país. La colaboración de artistas y famosos es una de las obras más significativas para los protagonistas de las cuentas. Se observó, que resulta emocionante ser mencionado por estas figuras públicas, además en las entrevistas aseguraron que gracias a las menciones o repost el número de seguidores aumentó considerablemente. En definitiva, para los perfiles estudiados, resulta óptima la estrategia de interactuar con las estrellas nacionales y así despertar la participación ciudadana.

La información con respaldo médico profesional, suministrada en los perfiles, es escasa frente a ello se propone difundir con veracidad y fuentes confiables las patologías padecidas, ya que es un mecanismo que potencia la credibilidad y la confianza. Pues, muchos de los encuestados atestiguaron que, para contribuir con la causa, son necesarias las fuentes primarias.

### **Describir las características de los perfiles de niños y adolescentes con alguna patología.**

En primer lugar, la mayoría de los perfiles en un 80% son administrados por los padres/representantes, son ellos quienes manejan la red social, escriben los mensajes y publican las fotos o videos. Los nombres de los usuarios en su mayoría apuntan a la acción colectiva y a la positividad. Estos aspectos se ven presentes una vez más en el uso de los hashtags, se puede comprobar que muchos desconocen las implicaciones del término, es por ello que se refleja cómo no son utilizados de la manera correcta. Por otra parte, en su mayoría el número de seguidores resulta mayor al número de usuarios seguidos. En el 100% de los casos se menciona en la descripción el tipo de enfermedad que se padece. A la hora de conversar a través de las entrevistas, se pudo conocer que la Red social Instagram es la preferida por estos usuarios, quienes reconocieron que la utilizan más que los otros social networks.

### **Analizar el contenido compartido en Instagram de perfiles de niños y adolescentes.**

A la hora de analizar los casos, diversas características se dieron a la luz. Una de ella, es la relacionada con los mensajes llevados, ya que si bien las situaciones a las que se enfrentan los sujetos de los perfiles, resultan difíciles las actitudes positivas prevalecen, además de las diferentes acciones para conseguir la mejor solución a su problemática.

En cuanto al tema de los videos, resulta curioso el hecho de que los niños se muestren cantando y bailando, al parecer muchos llevan consigo el lema de “cantar cura”, además de que aseguraron recibir mayor empatía por parte de terceros. Por otro lado, al ser comparados con los casos de estafas fue evidenciable cómo estos se apegan a un

lenguaje que hace alusión a la muerte o al poco tiempo de vida, caso contrario a los perfiles repasados, quienes utilizan como escudo la Fe, esperanza, argumentos positivos y afirmaciones de mejoras.

Uno de los resultados más impactantes, fue el relacionado a la fe, fue posible evaluar el profundo nivel de Fe (Creencia en Dios), ya que en 14 de los 15 perfiles expuestos aseveraba tener la certeza de que Dios, ayudaría a combatir su enfermedad. En este apartado, sugestionamos a realizar estudios para profundizar sobre el tema.

### **Analizar la acción colectiva para la solución de problemas en los perfiles.**

La acción colectiva tal como se mencionó anteriormente es uno de los términos más resaltantes, esta afirmación se da luego de conocer las respuestas de las encuestas, 12 de los 15 encuestados ayudaron, haciéndose partícipes en la solución. Resulta relevante mencionar, que una de las personas entrevistadas (representante de una organización para la recolecta de medicinas), me propuso llevar la gestión de la cuenta y de esta manera informar en España sobre la problemática del tema. Este concepto se afirma una vez más a nivel personal, pues cómo estudiante de marketing me daré a la tarea de realizar una infonografía que reúna algunos tips para el uso correcto y veraz de Instagram para casos médicos.

Es importante señalar, cómo las personas frente a las dificultades, se vuelven autodidactas en materias digitales, cómo las emergencias y las ganas de resolver situaciones los hace ganar notoriedad en algunos casos para solucionar problemas. Es indiscutible cómo los individuos sienten un intenso agradecimiento hacia Instagram, una gratitud que va más allá de la superficialidad, ya que si bien para muchos constituye una aplicación de fotografías, tendencias, moda, diversión; para estos casos es el escape hacia la esperanza y un paso más hacia su recuperación.

Finalmente podemos determinar que **Instagram es una herramienta útil para dar a conocer los casos**, representa una nueva vía de comunicación ante un duro contexto enmascarado en los medios tradicionales venezolanos y en los estratos de poder. Resulta inimaginable que el tratamiento de personas dependa de visualizaciones a través de dispositivos móviles, que la positividad se transmita por medio de fotos y que la única medicina sea la fe. Mientras se realizaba este trabajo pudimos conocer que, en uno de los perfiles estudiados, la niña falleció, un hecho lamentable, que aumentó la implicación en la investigación y la enunciación de un compromiso personal para servir como portavoz a través de Instagram ante la inhumana realidad venezolana, desconocida en el extranjero.

## **10. Discusión.**

Luego de finalizada la investigación, podemos reconocer la existencia de limitantes, que han influido en la investigación. Para comenzar, el tiempo fue corto, lo cual, impidió profundizar en temas como las encuestas, de las cuales se obtuvo respuesta a último momento y, por consiguiente, el análisis se realizó de manera vertiginosa y poco profunda. Otro de los puntos, que fungieron como dificultades fue la severidad de las enfermedades que padecían los pacientes, al estar en condiciones delicadas, se evitó forzar las entrevistas o irrespetar los espacios, por lo tanto, se preguntó si era posible realizar una entrevista por el medio que se le hiciese más cómodo. Al ser un fenómeno nuevo, que se está presentando en Instagram, en Venezuela, pocos son los estudios relacionados con el tema, razón por la cual se tuvo que maquetar nuestros propios parámetros, y, por consiguiente, cómo en toda investigación, se debieron realizar cambios, que se ajustasen al tema.

Un punto a resaltar fue la no utilización de herramientas digitales de análisis, ya que las consultadas eran de pago y en otras ocasiones pedían las claves de acceso de los perfiles. Por tal motivo, se realizó de manera más primaria el análisis de contenido.

Se recomienda de la misma manera, que personas en el ámbito de la medicina indaguen a profundidad también sobre el tema, ya que fue observable cómo medicinas son donadas o intercambiadas, las cuáles pueden no tener los cuidados correctos en cuanto a su preservación o uso. Por consiguiente puede suponer un riesgo en la salud del paciente.

Dejando a un lado las limitaciones, se puede manifestar, que dicha investigación sirve como punto de partida para futuros trabajos, proponemos que ante la sorpresiva diferencia entre los casos de estafas y los casos analizados, se haga un análisis semántico entre ellos con el fin de conseguir patrones diferenciadores entre ambos, del mismo modo, los aspectos cómo la fe y la esperanza protagonista en un 93% de los perfiles, nos indica que es un punto interesante a explorar, en este tipo de perfiles.

Por último, se hará llegar a los perfiles estudiados, una pequeña infografía con un lenguaje sencillo, con algunos tips para mejorar aspectos y visibilidad. Todo ello se realizó en función a los resultados obtenidos de las herramientas de análisis.

Anexos.



Fuente: Elaboración propia.



## Encuestas

PAGE 1

**Q1: ¿Qué es lo que más te ha llamado la atención en el perfil (Él cual has ayudado) a través de Instagram?**

La necesidad que se ve que tienen

**Q2: ¿Qué te motivo a ayudar?**

la enfermedad del niño

**Q3: ¿Siente confianza/seguridad a la hora de ayudar?**

mas o menos

**Q4: ¿Qué sentimientos o emociones te generan antes y después de colaborar?**

tristeza y rabia antes de ayudar. Luego alegría por haber hecho algo bueno

**Q5: ¿Crees que instagram es una herramienta eficaz para recibir información acerca de estos casos?**

si mucho

**Q6: ¿Haz utilizado otras redes sociales para dar o recibir ayuda? ¿Cuáles y Por qué?**

no

**Q7: ¿Qué acciones haces para ayudar con el caso (publicación en tu perfil, haces repost, etiquetas a personas, otros)?**

nada

**Q8: ¿A cuántos perfiles/organizaciones has ayudado gracias a Instagram?**

2

**Q1: ¿Qué es lo que más te ha llamado la atención en el perfil (Él cual has ayudado) a través de Instagram?**

Lo que más me ha llamado la atención es la historia que publicó esa persona y como explica todo lo qu está pasando con esa enfermedad.

**Q2: ¿Qué te motivo a ayudar?**

Lo que me motivó a ayudar es que en algún momento yo necesite la ayuda y gracias a las redes alguien me ayudó

**Q3: ¿Siente confianza/seguridad a la hora de ayudar?**

Si. Sin embargo, siempre trato de verificar la información de una manera u otra

**Q4: ¿Qué sentimientos o emociones te generan antes y después de colaborar?**

Antes de colaborar me siento triste por la situación que algunas personas están pasando. Después de colaborar me da mucha satisfacción saber que puse mi granito de arena y contribuí a la mejora de esa persona.

**Q5: ¿Crees que instagram es una herramienta eficaz para recibir información acerca de estos casos?**

Si. Siempre y cuando se tenga un buen perfil o sea compartido por personas influyentes.

**Q6: ¿Haz utilizado otras redes sociales para dar o recibir ayuda? ¿Cuáles y Por qué?**

Si, Twitter y Facebook. Twitter porque siento que la interacción es un poco más rápida y Facebook porque muchos de mis conocidos lo usan más y sentí que alguno de ellos me podía ayudar.

**Q7: ¿Qué acciones haces para ayudar con el caso (publicación en tu perfil, haces repost, etiquetas a personas, otros)?**

Repost o etiqueto a personas que trabajan en el area de salud y pueden ayudar.

**Q8: ¿A cuántos perfiles/organizaciones has ayudado gracias a Instagram?**

Alrededor de 4

**Q1: ¿Qué es lo que más te ha llamado la atención en el perfil (Él cual has ayudado) a través de Instagram?**

Historia

**Q2: ¿Qué te motivo a ayudar?**

Conexión

**Q3: ¿Siente confianza/seguridad a la hora de ayudar?**

Intento, pero hay cierta desconfianza

**Q4: ¿Qué sentimientos o emociones te generan antes y después de colaborar?**

Satisfacción

**Q5: ¿Crees que instagram es una herramienta eficaz para recibir información acerca de estos casos?**

Por lo visual ayuda a conectar y contar una historia

**Q6: ¿Haz utilizado otras redes sociales para dar o recibir ayuda? ¿Cuáles y Por qué?**

Twitter, generalmente hay link a otra plataforma o página donde hay más información

**Q7: ¿Qué acciones haces para ayudar con el caso (publicación en tu perfil, haces repost, etiquetas a personas, otros)?**

Repost y en persona compartir con amigos

**Q8: ¿A cuántos perfiles/organizaciones has ayudado gracias a Instagram?**

2

**Q1: ¿Qué es lo que más te ha llamado la atención en el perfil (Él cual has ayudado) a través de Instagram?**

Me llamo la atención que es una niña con la misma edad de mi pirimita, o que son niños pequeños

**Q2: ¿Qué te motivo a ayudar?**

Bueno eso de la edad y que la recompensa espiritual es muy grande

**Q3: ¿Siente confianza/seguridad a la hora de ayudar?**

Me nace ayudar. Y aunque la situación-país (aunque en todos los países pasa) hay gente que se aprovecha. He conocido a mucha gente que lo hace por la situación que se esta viviendo

**Q4: ¿Qué sentimientos o emociones te generan antes y después de colaborar?**

Soy muy creyente en Dios y hay más valor en dar que recibir. Es inexplicable como con una sonrisa le cambias el día a esos niños o ellos te lo cambian a ti. Después es muy gratificante, ves el mundo diferente, muchas de estas personas trasmiten paz y amor.

**Q5: ¿Crees que instagram es una herramienta eficaz para recibir información acerca de estos casos?**

Si, Instagram es Fundamental para Venezuela. Y es lo que la gente utiliza más aquí. Por ejemplo lo de las medicinas y las donaciones de sangre se difunden mucho más fácil.

**Q6: ¿Haz utilizado otras redes sociales para dar o recibir ayuda? ¿Cuáles y Por qué?**

Si, por ejemplo te cuento lo que hace poco le paso a mi Abuelito. El estaba hospitalizado y por urgencia necesitábamos Albúmina humana, yo soy jugador de fútbol en el equipo del Tachira, así que también por mi condición de figura pública en mi ciudad a través de las redes sociales (instagram, twitter, y los medios de comunicación) muchas personas compartieron el caso de mi abuelito y gracias a estos medios conseguimos 60 bolsas (tanto para comprar como donadas) Yo a Instagram le debo mucho

**Q7: ¿Qué acciones haces para ayudar con el caso (publicación en tu perfil, haces repost, etiquetas a personas, otros)?**

Si, en mi perfil, además hago llamado en las redes sociales y actualmente me estoy asociando junto a una fundación (Fundación Juan de Dios)

**Q8: ¿A cuántos perfiles/organizaciones has ayudado gracias a Instagram?**

4-5 niños más que he conocido o por instagram o cuando voy al hospital.

**Q1: ¿Qué es lo que más te ha llamado la atención en el perfil (Él cual has ayudado) a través de Instagram?**

La imagen de perfil

**Q2: ¿Qué te motivo a ayudar?**

Empatía con la persona afectada

**Q3: ¿Siente confianza/seguridad a la hora de ayudar?**

Si

**Q4: ¿Qué sentimientos o emociones te generan antes y después de colaborar?**

Alegría

**Q5: ¿Crees que instagram es una herramienta eficaz para recibir información acerca de estos casos?**

A veces

**Q6: ¿Haz utilizado otras redes sociales para dar o recibir ayuda? ¿Cuáles y Por qué?**

No

**Q7: ¿Qué acciones haces para ayudar con el caso (publicación en tu perfil, haces repost, etiquetas a personas, otros)?**

Repost y "likes"

**Q8: ¿A cuántos perfiles/organizaciones has ayudado gracias a Instagram?**

A una persona

**Q1: ¿Qué es lo que más te ha llamado la atención en el perfil (El cual has ayudado) a través de Instagram?**

Que no tiene casi seguidores

**Q2: ¿Qué te motivo a ayudar?**

La verdad, al final no pude hacer la transferencia

**Q3: ¿Siente confianza/seguridad a la hora de ayudar?**

Depende de lo que colocan o las fotos

**Q4: ¿Qué sentimientos o emociones te generan antes y después de colaborar?**

tristeza porque son familias humildes

**Q5: ¿Crees que instagram es una herramienta eficaz para recibir información acerca de estos casos?**

si mas o menos porque ves por lo que pasan muchas familias

**Q6: ¿Haz utilizado otras redes sociales para dar o recibir ayuda? ¿Cuáles y Por qué?**

NO

**Q7: ¿Qué acciones haces para ayudar con el caso (publicación en tu perfil, haces repost, etiquetas a personas, otros)?**

no no hago nada

**Q8: ¿A cuántos perfiles/organizaciones has ayudado gracias a Instagram?**

a muchos más pero no por instagram

**Q1: ¿Qué es lo que más te ha llamado la atención en el perfil (Él cual has ayudado) a través de Instagram?**

Me da mucha lastima ver a un niño así

**Q2: ¿Qué te motivo a ayudar?**

que yo tengo los recursos para hacer algo

**Q3: ¿Siente confianza/seguridad a la hora de ayudar?**

si, la verdad que no he sentido miedo ni he dudado

**Q4: ¿Qué sentimientos o emociones te generan antes y después de colaborar?**

agradecimiento. Por todo lo que tengo y se que puedo dar. Que soy un afortunado a pesar de que no lo crea

**Q5: ¿Crees que instagram es una herramienta eficaz para recibir información acerca de estos casos?**

Si, porque antes era solo por conocidos que uno se enteraba ahora uno sabe de lo que personas necesitan en todo el país

**Q6: ¿Haz utilizado otras redes sociales para dar o recibir ayuda? ¿Cuáles y Por qué?**

Si, una vez creo que por twitter

**Q7: ¿Qué acciones haces para ayudar con el caso (publicación en tu perfil, haces repost, etiquetas a personas, otros)?**

solamente doy like

**Q8: ¿A cuántos perfiles/organizaciones has ayudado gracias a Instagram?**

1 o 2 no recuerdo

**Q1: ¿Qué es lo que más te ha llamado la atención en el perfil (Él cual has ayudado) a través de Instagram?**

Pedia ayuda de una medicina que yo tenia

**Q2: ¿Qué te motivo a ayudar?**

que esa medicina se la mandaron a mi niño y como le quedaba aun se la pude dar

**Q3: ¿Siente confianza/seguridad a la hora de ayudar?**

si, porque espero que confien en mi tambien cuando lo necesite

**Q4: ¿Qué sentimientos o emociones te generan antes y después de colaborar?**

Dolor, porque pasar por esas situaciones es desesperante y esto que se vive aqui no se lo deseo a nadie

**Q5: ¿Crees que instagram es una herramienta eficaz para recibir información acerca de estos casos?**

claro, por alli yo he conseguido parte de los remedios o por lo menos me informo de donde los puedo conseguir

**Q6: ¿Haz utilizado otras redes sociales para dar o recibir ayuda? ¿Cuáles y Por qué?**

creo que no

**Q7: ¿Qué acciones haces para ayudar con el caso (publicación en tu perfil, haces repost, etiquetas a personas, otros)?**

escribo y me pongo en contacto

**Q8: ¿A cuántos perfiles/organizaciones has ayudado gracias a Instagram?**

solo uno



**Q1: ¿Qué es lo que más te ha llamado la atención en el perfil (El cual has ayudado) a través de Instagram?**

La historia de la persona

**Q2: ¿Qué te motivo a ayudar?**

La situación del país, saber lo difícil que es conseguir las medicinas

**Q3: ¿Siente confianza/seguridad a la hora de ayudar?**

Si

**Q4: ¿Qué sentimientos o emociones te generan antes y después de colaborar?**

Molestia, pues muchos casos son de personas que no consiguen medicamentos por la situación del país.

**Q5: ¿Crees que instagram es una herramienta eficaz para recibir información acerca de estos casos?**

Si, y cualquier otra red social.

**Q6: ¿Haz utilizado otras redes sociales para dar o recibir ayuda? ¿Cuáles y Por qué?**

Facebook. Porque usualmente la gente comparte información de amigos o familiares que necesitan algún medicamento y es fácil contactarlos y también compartir con tus amigos el mensaje

**Q7: ¿Qué acciones haces para ayudar con el caso (publicación en tu perfil, haces repost, etiquetas a personas, otros)?**

Normalmente lo reenvío por mensaje privado a personas que pueden ayudar

**Q8: ¿A cuántos perfiles/organizaciones has ayudado gracias a Instagram?**

3

**Q1: ¿Qué es lo que más te ha llamado la atención en el perfil (Él cual has ayudado) a través de Instagram?**

Lo vi en el perfil de un pana

**Q2: ¿Qué te motivo a ayudar?**

pues comente pero no ayude

**Q3: ¿Siente confianza/seguridad a la hora de ayudar?**

dependiendo. Si se ve necesitada la persona o no. O si es pura farándula

**Q4: ¿Qué sentimientos o emociones te generan antes y después de colaborar?**

como te comente no termine de colaborar pero tuve la intención

**Q5: ¿Crees que instagram es una herramienta eficaz para recibir información acerca de estos casos?**

claro

**Q6: ¿Haz utilizado otras redes sociales para dar o recibir ayuda? ¿Cuáles y Por qué?**

si por instagram story y por whatsapp pasando cadenas

**Q7: ¿Qué acciones haces para ayudar con el caso (publicación en tu perfil, haces repost, etiquetas a personas, otros)?**

bueno comento las publicaciones

**Q8: ¿A cuántos perfiles/organizaciones has ayudado gracias a Instagram?**

a ninguna

**Q1: ¿Qué es lo que más te ha llamado la atención en el perfil (Él cual has ayudado) a través de Instagram?**

que se ven super humildes y en precarias condiciones

**Q2: ¿Qué te motivo a ayudar?**

la emergencia que hay en el país y la falta de medicinas

**Q3: ¿Siente confianza/seguridad a la hora de ayudar?**

si, aunque ya uno no sabe en quien confiar

**Q4: ¿Qué sentimientos o emociones te generan antes y después de colaborar?**

una satisfacción muy grande

**Q5: ¿Crees que instagram es una herramienta eficaz para recibir información acerca de estos casos?**

si claro, aunque ya se sabe

**Q6: ¿Haz utilizado otras redes sociales para dar o recibir ayuda? ¿Cuáles y Por qué?**

no

**Q7: ¿Qué acciones haces para ayudar con el caso (publicación en tu perfil, haces repost, etiquetas a personas, otros)?**

bueno no recuerdo creo q no

**Q8: ¿A cuántos perfiles/organizaciones has ayudado gracias a Instagram?**

como a 2

**Q1: ¿Qué es lo que más te ha llamado la atención en el perfil (Él cual has ayudado) a través de Instagram?**

Llevo la campaña de primeros auxilios ucvcn para ayudar al grupo de primeros auxilios durante las protestas en Venezuela

**Q2: ¿Qué te motivo a ayudar?**

Soy Estudiante de Medicina y mi carrera está sumergida en este mundo y me debo a la comunidad

**Q3: ¿Siente confianza/seguridad a la hora de ayudar?**

Si es una persona que no conozco le pido el informe medico (pues como estoy en el área de trabajo) y si conozco a la personas si las ayudo

**Q4: ¿Qué sentimientos o emociones te generan antes y después de colaborar?**

Responsabilidad y compromiso, ya que te genera mucha satisfacción y te hace sentir útil.

**Q5: ¿Crees que instagram es una herramienta eficaz para recibir información acerca de estos casos?**

Si, yo estoy a favor de las redes sociales que además te permitan y puedas hacerte sentir parte de la solución del problema

**Q6: ¿Haz utilizado otras redes sociales para dar o recibir ayuda? ¿Cuáles y Por qué?**

Si, tenemos facebook también tanto de aquí de barcelona cómo de otras ciudades. y es Para recolectar el material y enviarlo a Venezuela

**Q7: ¿Qué acciones haces para ayudar con el caso (publicación en tu perfil, haces repost, etiquetas a personas, otros)?**

Bueno ahora existe un grupo llamado @primerosauxiliosucv y se encuentra tanto en Venezuela como en otras partes del mundo, En España está en Madrid y Barcelona y a través de allí informamos de las actividades, centros de acopios para la recolección de insumos y repost a lo que hace la página matriz. Las donaciones de las personas se envían puerta a puerta es por esta razón que también se pide ayuda monetaria a través de Gofundme para poder hacer el envío a Venezuela. Y como los canales humanitarios no están abiertos los envíos se deben pagar

**Q8: ¿A cuántos perfiles/organizaciones has ayudado gracias a Instagram?**

a varios

**Q1: ¿Qué es lo que más te ha llamado la atención en el perfil (Él cual has ayudado) a través de Instagram?**

que lo habia visto en varios perfiles

**Q2: ¿Qué te motivo a ayudar?**

la urgencia con la que necesitaban el medicamento por el tratamiento

**Q3: ¿Siente confianza/seguridad a la hora de ayudar?**

unas veces si y otras veces no, tiene que haber ese feeling

**Q4: ¿Qué sentimientos o emociones te generan antes y después de colaborar?**

impotencia por la situación que estamos viviendo y que me parece super injusto. y luego algo de satisfacción y a la vez tristeza por saber lo q estan pasando las personas

**Q5: ¿Crees que instagram es una herramienta eficaz para recibir información acerca de estos casos?**

si y las demas redes sociales

**Q6: ¿Haz utilizado otras redes sociales para dar o recibir ayuda? ¿Cuáles y Por qué?**

no

**Q7: ¿Qué acciones haces para ayudar con el caso (publicación en tu perfil, haces repost, etiquetas a personas, otros)?**

nada

**Q8: ¿A cuántos perfiles/organizaciones has ayudado gracias a Instagram?**

este es el unico

**Q1: ¿Qué es lo que más te ha llamado la atención en el perfil (Él cual has ayudado) a través de Instagram?**

la necesidad y como se veia el niño

**Q2: ¿Qué te motivo a ayudar?**

el calvario que tenemos todos a la hora de conseguir algun remedio

**Q3: ¿Siente confianza/seguridad a la hora de ayudar?**

muchas veces no da miedo ahorita todo

**Q4: ¿Qué sentimientos o emociones te generan antes y después de colaborar?**

rabia y lastima al ver a ese niño sufrir y luego un poco de recomfortación porq servi de ayuda

**Q5: ¿Crees que instagram es una herramienta eficaz para recibir información acerca de estos casos?**

si claro

**Q6: ¿Haz utilizado otras redes sociales para dar o recibir ayuda? ¿Cuáles y Por qué?**

whatsapp porque me han pasado cadenas

**Q7: ¿Qué acciones haces para ayudar con el caso (publicación en tu perfil, haces repost, etiquetas a personas, otros)?**

no he colocado nada en mi perfil

**Q8: ¿A cuántos perfiles/organizaciones has ayudado gracias a Instagram?**

pues he ayudado a varios pero me he enterado por otras partes

**Q1: ¿Qué es lo que más te ha llamado la atención en el perfil (Él cual has ayudado) a través de Instagram?**

la urgencia para recibir el medicamento

**Q2: ¿Qué te motivo a ayudar?**

que es una persona que esta con una condición de salud grave

**Q3: ¿Siente confianza/seguridad a la hora de ayudar?**

si claro

**Q4: ¿Qué sentimientos o emociones te generan antes y después de colaborar?**

bueno me da alegría al saber que puse mi granito de arena

**Q5: ¿Crees que instagram es una herramienta eficaz para recibir información acerca de estos casos?**

no necesariamente

**Q6: ¿Haz utilizado otras redes sociales para dar o recibir ayuda? ¿Cuáles y Por qué?**

no recuerdo

**Q7: ¿Qué acciones haces para ayudar con el caso (publicación en tu perfil, haces repost, etiquetas a personas, otros)?**

le envio a amigos o conocidos la imagen o los etiquetos

**Q8: ¿A cuántos perfiles/organizaciones has ayudado gracias a Instagram?**

pocos

## Respuestas de los perfiles estudiados.

### Perfil 7

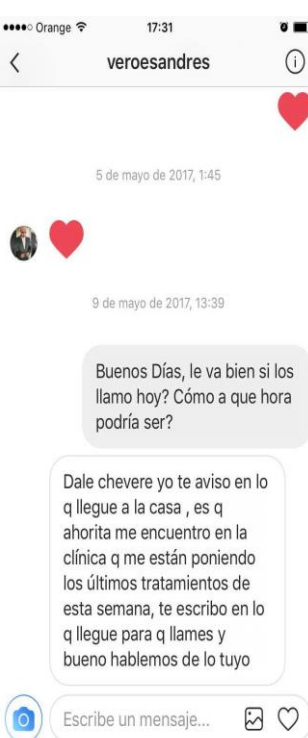


### Perfil 5

### Perfil 11



### Perfil 9





## Perfil 4

### 1. ¿Quién ha abierto el perfil de Instagram? ¿Lo ha hecho Ud solo/sola o recibió alguna ayuda?

Fue la mamá de juntosporvictor, quien los ayudo a abrir el perfil, ya que los conocía sabía su caso, y las necesidades que tenía la familia, pues son de bajos recursos. Ahorita la estoy manejando yo mientras la mamá aprende. El papá estuvo haciendo publicaciones y respondiendo al direct pero como le robaron el teléfono continuo yo.

-El dinero o las donaciones van directamente a los padres de bendiciones para José. Yo no tengo nada que ver en las ayudas, pues ese dinero o esa ayuda va directamente a ellos

### 2. ¿Ya sabía como utilizar instagram?

No. Ahorita la estoy manejando yo mientras la mamá aprende

### 3. ¿Qué es lo que más le ha gustado de esta aplicación? ¿Por qué ha preferido Instagram y no las otras redes sociales?

Instagram nos gusta porque hay mayor posibilidad de conocer a nuevas personas y que otros lo conozcan a uno. La receptividad con los repost es importante porque así otros conocen tu historia. El dar likes y recibir likes ayuda también. Es muy interactivo. A diferencia de las otras redes sociales, es más fácil conocer otras cuentas y a través de ellas hacer que otros conozcan tu historia... Que Qué me gusta del IG? La receptividad, las posibilidades de ser creativo. Es posible que se vuelva un vicio con el tema de la cantidad de seguidores, pero, al tratarse de una causa, ese vicio se convierte en triunfo porque esa cantidad de personas representa a toda la gente que se interesa por ti y que realmente te siguen no porque "les guste la cuenta" sino porque les importa la salud del individuo o usuario ♥

### 4. ¿Cómo ha logrado alcanzar el número de seguidores que tiene en Instagram?

A) con el uso de las etiquetas (#), etiquetando a otras cuentas, dando likes a publicaciones de usuarios que siguen mis amigos, dando likes a los comentarios recibidos en otras cuentas.

Bueno también en el caso de Víctor: hago publicaciones de información relacionadas con su condición a fin de darla a conocer. (Aplica para los dos casos)

### 5. ¿Cuáles son los tips o consejos que ha recibido para manejar el perfil en Instagram?

He aplicado las mismas técnicas que utilice en el perfil de juntosxvictor

### 6. ¿A través de instagram a podido conseguir las medicinas con carácter de urgencia? ¿Cómo ha sido la experiencia?

Si, también super rápido. Además después de ser publicado lo del robo una persona se sensibilizo con el caso y le envió a los padres de José un teléfono.

### 7. ¿Su caso ha ganado más notoriedad por los Repost, menciones, etiquetas a artistas, famosos u otros?

Si,, todo.

### 8. ¿Cuál considera -de los puntos anteriores- que le ha sido de mayor ayuda?

En realidad, todo y que poco a poco ellos han ido aprendiendo

### 9. ¿Qué le gustaría aprender o saber sobre Instagram y su manejo?

Bueno estoy enseñándolos para que próximamente ellos lleven la cuenta y puedan hacer más publicaciones

### 10. ¿Qué anécdota o hecho curioso nos puede contar sobre su perfil en Instagram?

Lo del teléfono que le enviaron desde España, son una familia muy humilde, más la condición que presenta el niño y todas las necesidades en su hospitalización, que una persona desde el extranjero pudiese ayudar así fue importante.

### 11. ¿Maneja otras redes sociales para dar a conocer el caso?

NO

### Perfil 8.

1. ¿Quién ha abierto el perfil de Instagram? ¿Lo ha hecho Ud solo/sola o recibió alguna ayuda?

La entrevista se realizó a su Padre. Pero es ella quien lleva el perfil con la supervisión de sus padres ya que tiene 9 años

## 2. ¿Ya sabías cómo utilizar instagram?

Ellos le mostraron y ya tenía antes de su enfermedad

3. ¿Qué es lo que más le ha gustado de esta aplicación? ¿Por qué ha preferido Instagram y no las otras redes sociales?

Es la más segura para su edad, ya que no tiene contenido pornográfico

4. ¿Cómo ha logrado alcanzar el número de seguidores que tiene en Instagram?

Alcanzo ese número porque un artista Nacho, subió un video de ella cantando. Y mucha gente la comenzó a seguir

5. ¿Cuáles son los tips o consejos que ha recibido para manejar el perfil en Instagram?

No, no he recibido

6. ¿A través de instagram ha podido conseguir las medicinas con carácter de urgencia? ¿Cómo ha sido la experiencia?

No, en realidad gracias a Dios no hemos necesitado, Pero si ayudamos a una niña que a través de instagram decía que necesitaba algunas medicinas para su tratamiento y eran las mismas medicinas que utiliza Estefania, así que como era de otra ciudad se las dimos

7. ¿Su caso ha ganado más notoriedad por los Repost, menciones, etiquetas a artistas, famosos u otros?

Fue por lo de Nacho y cómo ella pública sus cosas sobre el tratamiento y el día a día a la gente le interesa.

8. ¿Cuál considera -de los puntos anteriores- que le ha sido de mayor ayuda?

## Lo del Repost de Nacho

9. ¿Qué le gustaría aprender o saber sobre Instagram y su manejo?

No de momento no.

10. ¿Qué anécdota o hecho curioso nos puede contar sobre su perfil en Instagram?

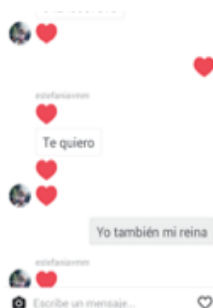
16. ¿Qué anecdota o hecho curioso nos puede contar sobre su perfil en Instagram?

Ha sido un apoyo para ella y para nosotros. Muchas palabras de animo y muchos mensajes de espiritualidad. Además Estefania logra distraerse.

## 11. ¿Maneja otras redes sociales para dar a conocer el caso?

NO

Luego su Padre me paso por Teléfono a Estefanía, estaba un poco tímida pero me dio las gracias y luego a través de Instagram me mandó un mensaje el cual decía "TE QUIERO"



Perfil 12 (esta entrevista fue via SurveyMonkey ya que la persona lo solicito así)

Correo electrónico: natyleoncorredor@gmail.com  
Dirección IP: 186.92.192.219

PÁGINA 1

P1: ¿Quién ha abierto el perfil de Instagram? ¿Lo ha hecho Ud solo/sola o recibió alguna ayuda?

Yo misma

P2: ¿Maneja otras redes sociales para dar a conocer el caso?

no

P3: ¿Qué es lo que más le ha gustado de esta aplicación? ¿Por qué ha preferido Instagram y no las otras redes sociales?

por su amplio alcance a nivel global

P4: ¿Cómo ha logrado alcanzar el número de seguidores que tiene en Instagram?

mediante las publicaciones subidas, repost, difundiendo entre amistades y/o familia

P5: ¿Cuáles son los tips o consejos que ha recibido para manejar el perfil en Instagram?

hasta los momentos no he recibido ninguna orientación al respecto

P6: ¿A través de instagram a podido conseguir las medicinas con carácter de urgencia? ¿Cómo ha sido la experiencia?

en algunas oportunidades sí; no siempre se logra conseguir lo solicitado

P7: ¿Su caso ha ganado más notoriedad por los Repost, menciones, etiquetas a artistas, famosos u otros?

sí

P8: ¿Cuál considera -de los puntos anteriores- que le ha sido de mayor ayuda?

punto 7 (repost o likes de personajes públicos)

P9: ¿Qué le gustaría aprender o saber sobre Instagram y su manejo?

estrategias para lograr mayor alcance en la difusión de los contenidos

P10: ¿Qué anécdota o hecho curioso nos puede contar sobre su perfil en Instagram?

gracias al repost de un personaje público ganamos 1000 seguidores en un día

## Perfil 14.

### 1. ¿Quién ha abierto el perfil de Instagram? ¿Lo ha hecho Ud solo/sola o recibió alguna ayuda?

Yo, su Mamá. Me lo recomendó un amigo que está en USA. Me dijo que lo abriera para el caso

### 2. ¿Ya sabía como utilizar instagram?

Sí, yo tengo mi propio Instagram y mi hijo también.

### 3. ¿Qué es lo que más le ha gustado de esta aplicación? ¿Por qué ha preferido Instagram y no las otras redes sociales?

La he preferido porque muchos amigos y padres de niños con cardiopatía tienen Instagram y por allí nos comunicamos

### 4. ¿Cómo ha logrado alcanzar el número de seguidores que tiene en Instagram?

Los seguidores han sido por su propia cuenta. Cuando he subido videos tenemos más seguidores, aunque aun no tenemos muchos seguidores.

### 5. ¿Cuáles son los tips o consejos que ha recibido para manejar el perfil en Instagram?

Que haga videos (porque hay gente que puede creer que es mentira). Y coloque imágenes de el

### 6. ¿A través de instagram ha podido conseguir las medicinas con carácter de urgencia? ¿Cómo ha sido la experiencia?

No, No la he solicitado, pero si conozco a gente que si han conseguido

### 7. ¿Su caso ha ganado más notoriedad por los Repost, menciones, etiquetas a artistas, famosos u otros?

Si ha tenido resultados positivos, han respondido muchos artistas (y se han comunicado conmigo o le han dado “me gusta” a las fotos) y también muchas fundaciones.

### 8. ¿Cuál considera -de los puntos anteriores- que le ha sido de mayor ayuda?

Todos

### 9. ¿Qué le gustaría aprender o saber sobre Instagram y su manejo?

Todo lo nuevo que saca

### 10. ¿Qué anécdota o hecho curioso nos puede contar sobre su perfil en Instagram?

-Envíe un DM sobre el caso de Marcelo a varias personas, y una de ellas me respondió de mala manera diciendo que el caso era mentira. Gracias a Dios, no tuve necesidad de responderle porque las otras personas que también les llegó el mensaje, respondieron que era un caso real y conocían la situación.

El internet en Venezuela es pésimo, cuesta mucho cargar los videos. Va muy lento

### 11. ¿Maneja otras redes sociales para dar a conocer el caso?

Lo comparto en la opción que dice “compartir en Facebook y twitter” pero la principal es Instagram

## Perfil 15.

### 1. ¿Quién ha abierto el perfil de Instagram? ¿Lo ha hecho Ud solo/sola o recibió alguna ayuda?

Una tercera persona.

Sus primas quienes crearon la cuenta cuando ella esta embarazada, ellas tenían tiempo manejando las RRSS y vieron que varios niños tenían sus cuentas para pedir ayuda, entonces tomaron la iniciativa y abrieron el perfil para recaudar fondos porque Víctor necesitaría operaciones a la hora de nacer. Un familiar de la madre

### 2. ¿Ya sabia como utilizar instagram?

Si

### 3. ¿Qué es lo que más le ha gustado de esta aplicación? ¿Por qué ha preferido Instagram y no las otras redes sociales?

Instagram nos gusta porque hay mayor posibilidad de conocer a nuevas personas y que otros lo conozcan a uno. La receptividad con los repost es importante porque así otros conocen tu historia. El dar likes y recibir likes ayuda también. Es muy interactivo. A diferencia de las otras redes sociales, es más fácil conocer otras cuentas y a través de ellas hacer que otros conozcan tu historia... Que Qué me gusta del IG? La receptividad, las posibilidades de ser creativo. Es posible que se vuelva un vicio con el tema de la cantidad de seguidores, pero, al tratarse de una causa, ese vicio se convierte en triunfo porque esa cantidad de personas representa a toda la gente que se interesa por ti y que realmente te siguen no porque "les guste la cuenta" sino porque les importa la salud del individuo o usuario ♥

### 4. ¿Cómo ha logrado alcanzar el número de seguidores que tiene en Instagram?

A) con el uso de las etiquetas (#), etiquetando a otras cuentas, dando likes a publicaciones de usuarios que siguen mis amigos, dando likes a los comentarios recibidos en otras cuentas.

Bueno también en el caso de Víctor: hago publicaciones de información relacionadas con su condición a fin de darla a conocer. También los memes han hecho muy amena la cuenta y ha atraído seguidores

### 5. ¿Cuáles son los tips o consejos que ha recibido para manejar el perfil en Instagram?

Al principio me dijeron mis primas que lo abriera para recibir ayuda económica para las operaciones

### 6. ¿A través de instagram a podido conseguir las medicinas con carácter de urgencia? ¿Cómo ha sido la experiencia?

Uffff si el mismo día. Máximo al segundo

### 7. ¿Su caso ha ganado más notoriedad por los Repost, menciones, etiquetas a artistas, famosos u otros?

Todos

### 8. ¿Cuál considera -de los puntos anteriores- que le ha sido de mayor ayuda?

También los memes han hecho muy amena la cuenta y ha atraído seguidores

### 9. ¿Qué le gustaría aprender o saber sobre Instagram y su manejo?

No, en realidad creo que nada.

### 10. ¿Qué anécdota o hecho curioso nos puede contar sobre su perfil en Instagram?

El caso de un niño recién nacido (eso fue hace aproximadamente un año). Me pasaron la información de que el niño había sido abandonado en un hospital en Maracaibo y bueno publique esa información y resulto que el niño si tenia a sus abuelos. Me moría de la vergüenza y de la pena, pero me sirvió de experiencia para no publicar cualquier información

### 11. ¿Maneja otras redes sociales para dar a conocer el caso?

No



## Bibliografía

Angarita, J. R. Q. (2007). Teoría de las necesidades de Maslow.

Alcázar, A. I. R., Olivares-Olivares, P. J., & Iniesta, M. (2009). Los tratamientos psicológicos en la fobia social infantil y adolescente: una revisión cualitativa. *Anuario de psicología/The UB Journal of psychology*, 40(1), 23-42.

Andreú, J. (2002). Las técnicas de Análisis de Contenido: una revisión actualizada. *Fundación Centro de Estudios Andaluces*, 1-34. <https://doi.org/10.2307/334486>

Ayala, J. G. (2014). *De reinas a ciudadanas: medios de comunicación, ¿motor o rémora para la igualdad?*. Editorial UOC.

Bizkailab. *INTERACCIÓN DE UNA RED SOCIAL*. (n.d.). España. Recuperado el día 05 de Febrero de 2017. <https://www.bizkailab.deusto.es/wp-content/uploads/2012/04/5712-RSE.pdf>

Bolos, S. (2003). *Organizaciones sociales y gobiernos municipales: construcción de nuevas formas de participación*. Universidad Iberoamericana.

Cagé, J. (2015). *Salvar los medios de comunicación: capitalismo, financiación participativa y democracia*.

Campos, Gabriela. Análisis de sentimientos en los medios sociales. Recuperado el día 07 de Febrero de 2017 Web: [http://www.semanticwebbuilder.org.mx/es\\_mx/swb/Analisis\\_de\\_sentimientos\\_en\\_los\\_medios\\_sociales](http://www.semanticwebbuilder.org.mx/es_mx/swb/Analisis_de_sentimientos_en_los_medios_sociales)

Cotarelo, R., & Gómez, J. A. O. (2014). *La democracia del siglo XXI: (política, medios de comunicación, internet y redes sociales)*. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.

CONATEL. Estadísticas anuales y trimestrales. Caracas, Venezuela. Recuperado el día 02 de Febrero de 2017 <http://www.conatel.gob.ve/estadisticas-anuales-y-trimestrales/>

ComScore. Futuro Digital en Venezuela. [www.comscore.com/lat/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2015/2014-Venezuela-Digital-Future-in-Focus](http://www.comscore.com/lat/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2015/2014-Venezuela-Digital-Future-in-Focus)

Cuervo, J., & Hurtado, C. (2016). *Análisis de la participación social en el marco de las protestas y manifestaciones sociopolíticas en el estado Carabobo* (Bachelor's thesis).

DATANALISIS. Caracas, Venezuela. Recuperado el día 06 de Mayo de 2017. Página web <http://www.datanalisis.com/>

González de la Garza, L. M. (2015). Redes sociales, instrumentos de participación democrática: análisis de las tecnologías implicadas y nuevas tendencias.

Grupo cuatro (2017). Guía para pacientes con diabetes e hipertensión. Caracas, Venezuela. <http://svmi.web.ve/wh/documentos/GUIA-PARA-PACIENTES-CON-DIABETES-E-HIPERTENSION-ARTERIAL-REVISTA-SVMI-EES-MV.pdf>

- Espadas Alcazar, A. (Universidad D. J. (2004). Las Necesidades Sociales, 1–12.
- Federación Farmacéutica Venezolana. Caracas, Venezuela. Recuperado el día 03 de Marzo de 2017 Página web <http://fefarven.org.ve/portal/>
- Fernández, J. M. (2016). Análisis de contenidos en Social Media: Clasificación de mensajes e identificación de influyentes en el Banco Central Europeo (BCE).
- Fernández, L. (2007). ¿Cómo se elabora un cuestionario? *Bulletí LaRecerca*, (2002), 1–9. <https://doi.org/ISSN: 1886-1964>
- Fisher, M y Taud, A (2017). El colapso de Venezuela explicado en cinco pasos. *New York Times*. Caracas, Venezuela. Recuperado el día 15 de Mayo de 2017 <https://www.nytimes.com/es/2017/05/15/el-colapso-de-venezuela-explicado-en-cinco-pasos/>
- Fondo Monetario Internacional. Informe anual. Recuperado el día 04 de Marzo de 2017 <http://www.imf.org/es/News/Articles/2017/05/18/NA190517Latin-America-and-the-Caribbean-Bouncing-Back-from-Recession>
- Gallego Vázquez, J. A. (2012). Comunidades virtuales y redes sociales.
- Gallimberti, B., & Russell, R. (2008). Gran Diccionario Oxford: Español-Inglés, Inglés-Español.
- Interacción De una Red Social. (n.d.).
- Instagram Today: 100 Million People. *Instagram Blog*. Estados Unidos. Recuperado el día 2 de Febreo de 2017. [blog.instagram.com](http://blog.instagram.com)
- Kohn, a. (2015). Instagram as a naturalized propaganda tool: The Israel Defense Forces Web site and the phenomenon of shared values. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 23(2), 1354856515592505-. <https://doi.org/10.1177/1354856515592505>
- Los movimientos sociales: definiciones , conceptos , tipos y análisis . Algunas definiciones de los movimientos sociales. (n.d.). Recuperado el día 09 de Enero de 2017 <http://docplayer.es/20863512-Tema-2-los-movimientos-sociales-definiciones-conceptos-tipos-y-analisis.html>
- Martínez Rodrigo, E., Segura García, R., & Sánchez Martín, L. (2011). El complejo mundo de la interactividad: emociones y redes sociales.
- Menchaca Ponce de León, E. (2014). Estudio de las necesidades en personas sin hogar de Valladolid.



- Montero, J., Zmerli, S., & Newton, K. (2008). Confianza social, confianza política y satisfacción con la democracia. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (Reis)*, 122(1), 11-54.
- Otero, P. (2015). Crowdfunding . A new option for funding health projects. *Archivos Argentinos de Pediatría*, 113(2), 154–157. <https://doi.org/10.5546/aap.2015.eng.154>
- Otero, A. (2017) Periodismo ciudadano. Caracas, Venezuela. Recuperado el día 21 de Mayo de 2017. Entrevista <http://globovision.com/article/periodismo-ciudadano-riesgo-de-mentir-ante-el-afan-de-informar>
- Plata, L. (2008). Demandas sociales y subjetividad colectiva.
- Panorama. Salud de niños en Venezuela. La Asunción, Paraguay. Recuperado el día 17 de Enero de 2017. <http://www.panorama.com.ve/politicaeconomia/Luis-Almagro-Salud-de-ninos-en-hospitales-venezolanos-es-un-golpe-a-la-sensibilidad-humana-20160714-0117.html>
- Resina, R., & Preliminar, N. (1982). En torno a la noción de credibilidad, 1, 303–366.
- Real Academia Española. (1843). *Diccionario de la lengua castellana*. Real Academia Española.
- Rubio, A. T. (2013). Análisis de la gestión de la participación y el engagement en redes sociales de las ONG ecologistas .
- Tarrow, S., & de Bustillo, F. M. (2004). *El poder en movimiento: los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Alianza editorial.
- Turner, J. C. (1990). *Redescubrir el grupo social: una teoría de la categorización del yo*. Ediciones Morata.
- Universidad Metropolitana. Redes Sociales y Política Venezolana. *UNIMET*. Caracas, Venezuela. Recuperado el día 3 de Abril de 2017 <https://sites.google.com/a/correo.unimet.edu.ve/redes-sociales-y-politica-venezolana/home/pag-web-4/pagina-web-4-3>
- Sanz, S., Ruiz, C., & Pérez, I. (2009). Concepto, dimensiones y antecedentes de la confianza en los entornos virtuales. *Teoría y praxis*, 6(31.56).
- Salazar, R. D. (2012). Los marcos de acción colectiva y sus implicaciones culturales en la construcción de ciudadanía. *Universitas humanística*, 64(64).
- SORIA, M. D. B. (1998). *Movimientos Sociales*.

El Nacional web.Federación Médica de Venezuela: Hay una ausencia casi absoluta de medicinas.En línea. Caracas, Venezuela. Recuperado el día 20 de Mayo de 2017.  
[http://www.el-nacional.com/noticias/crisis-humanitaria/federacion-medica-venezuela-hay-una-ausencia-casi-absoluta-medicinas\\_73792](http://www.el-nacional.com/noticias/crisis-humanitaria/federacion-medica-venezuela-hay-una-ausencia-casi-absoluta-medicinas_73792)

Valenti, P., Lopez-ghio, R., Riorda, M., & Straface, F. (2015). El gobernauta latinoamericano - Resumen Ejecutivo, 1–336.

Vargas, J. G. (2003). La teoría de la acción colectiva, sociedad civil y los nuevos movimientos sociales en las nuevas formas de gobernabilidad en latinoamérica. *Espacio Abierto*, 12, 523–537.